Quién es quién en precios de productos básicos

REVISTA DEL

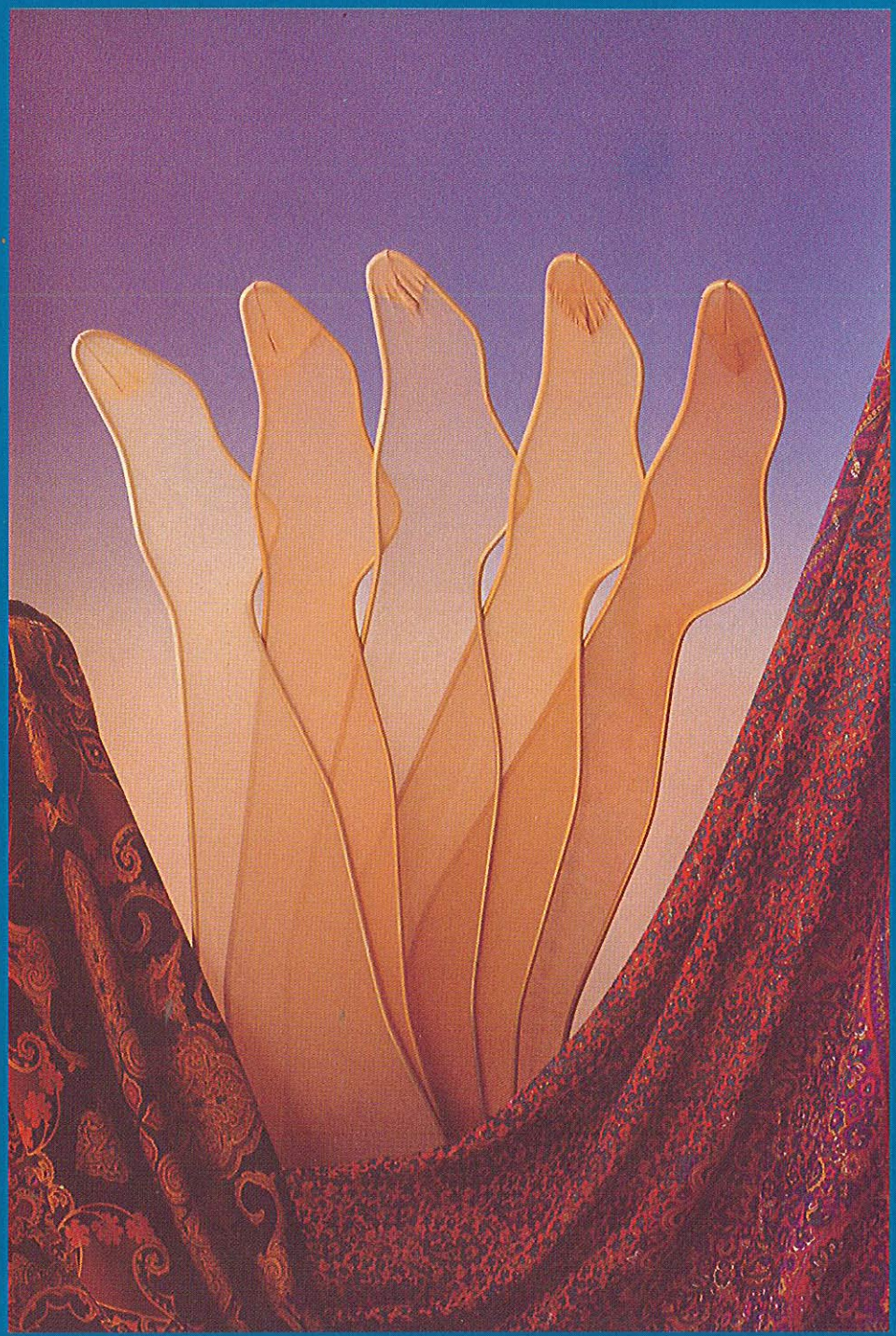
CONSUMIDOR

ISSN 0185-8874

Pruebas de calidad a 107 marcas de **medias y pantimedias**

Análisis de 28 modelos de **rastrillos y hojas de afeitar**

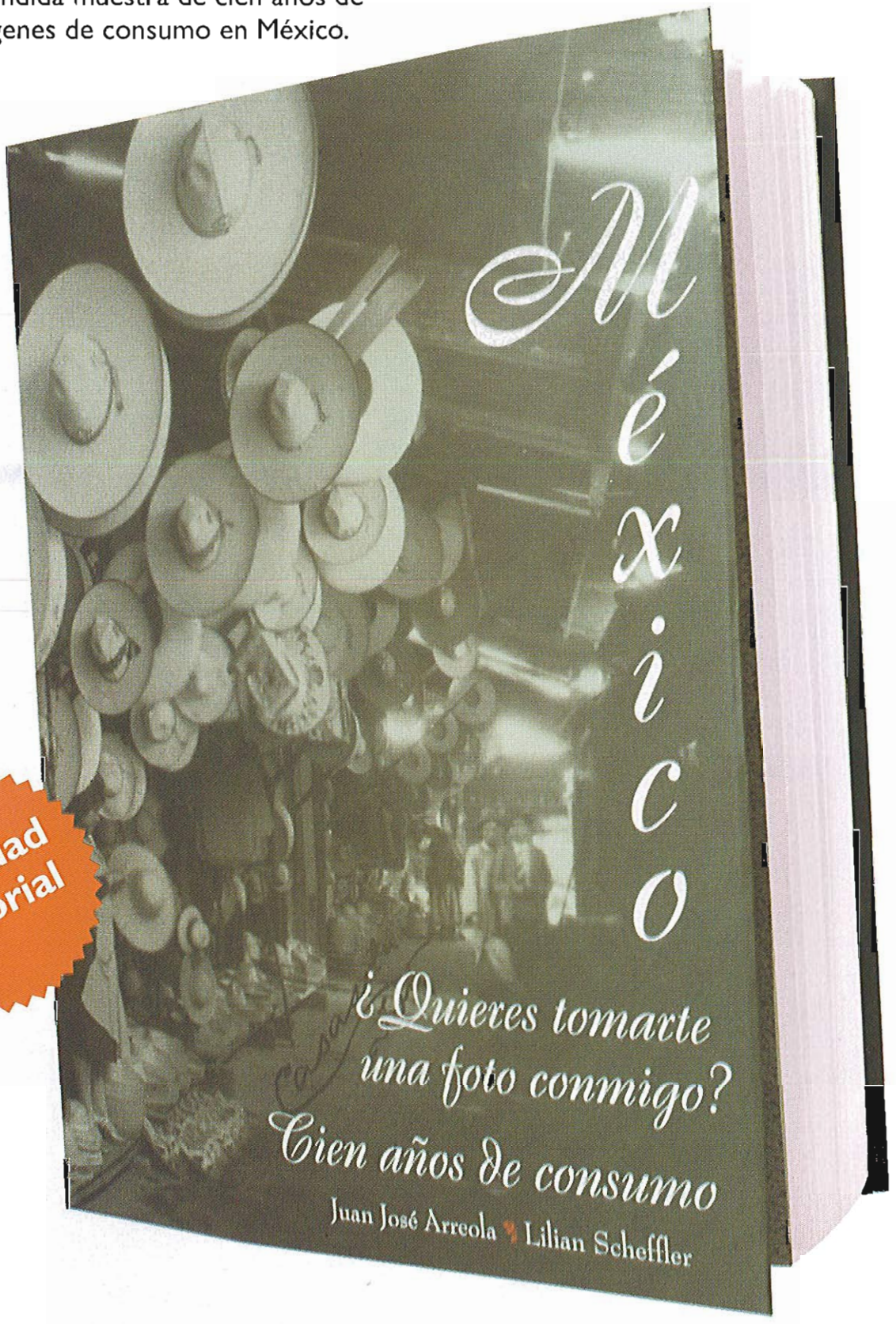
¿Por qué fallan las **dietas** para adelgazar?



Enero 1997 · Núm. 239 · México · $ 13.00

¿Recordar es Vivir?

Conozca esta obra que contiene una espléndida muestra de cien años de imágenes de consumo en México.



Novedad editorial

Adquiérala en las principales librerías y tiendas de autoservicio, o bien,en las oficinas de PROFECO de su localidad.

Sumario

Enero de 1997 • Núm. 239

Profeco en acción 3
Servicios de PROFECO
Campaña aguinaldo
Quién es quién en los precios
Nuevas normas para el embellecimiento

¡Sáquele provecho! 13
Cómo aprovechar su refrigerador
Cómo quitar manchas de la ropa

Cómo comprar 18
Calzado
Purificadores de aire
Radiolocalizadores
Prendas de vestir

Antes de contratar 27
Seguros para automóviles
¿Dónde conviene invertir?

Nuestro medio 31
Greenpeace informa

Bajo la lupa 33
Calidad de rastrillos y hojas de afeitar

Qué hay detrás de... 38
¿Por qué las dietas no funcionan?
Los servicios del INSEN
Tarjeta "Causa joven"
Qué hacer contra la drogadicción

Por su salud 50
Cómo combatir el cáncer
Vello en la mujer

El consumidor en el mundo 57
Cápsulas

Los pequeños consumidores 59
De "Reyes magos"
Con-su-calendario
Buzón infantil

Buzón del consumidor 63

Reporte especial
Estudio de medias y pantimedias

Como volver a empezar

No solamente iniciamos un año más; con este mes renovamos ojos y oídos en el quehacer periodístico de identificar y exponer los temas que en materia de consumo surgen cada día. La experiencia acumulada en más de veinte años de trabajo ininterrumpido implican para nuestra revista una responsabilidad ineludible y honrosa con nuestros lectores, tanto en lo que se refiere a generar y difundir información objetiva y oportuna, como en lo concerniente a propiciar el análisis, la reflexión y una actitud participativa y comprometida en la transformación del horizonte del consumo, la cual por cierto empieza a dibujarse desde estos primeros días del año.

La edición que usted tiene ahora en sus manos le ofrece, por ejemplo, un listado sobre los servicios que PROFECO pone a su disposición para iniciar bien el año; asimismo, publica los precios comparativos de diferentes productos de consumo básico, así como información práctica sobre cómo comprar ciertos bienes de consumo y la forma adecuada de contratar algunos servicios de amplia demanda en el mercado.

En lo que respecta a nuestras pruebas de calidad, el "Reporte Especial" de este número está dedicado al análisis de laboratorio de 107 marcas de medias y pantimedias; también le presentamos un estudio adicional para que usted conozca cuáles son las mejores marcas de rastrillos y hojas de afeitar.

Además de los temas anteriores, publicamos información de utilidad en nuestras secciones Tecnología doméstica, Por su salud, ¡Sáquele provecho! y Los pequeños consumidores, entre otras.

Este inicio de año, al igual que los anteriores, queremos renovar con usted nuestro compromiso de ofrecerle información oportuna y de interés; es para nosotros indispensable recibir sus comentarios sobre nuestra labor periodística, así como sus propuestas de temas y recomendaciones para mejorar ésta su revista, pues para nosotros el inicio de año es casi como volver a empezar, siempre con un entusiasmo renovado y con los mejores deseos para nuestros lectores. ¡Feliz inicio de año!

Procurador Federal del Consumidor: Fernando Lerdo de Tejada **Coordinadora General de Investigación y Divulgación:** Martha Susana Ruiz

Director General: Marco Antonio López Gallo; **Director Editorial:** Oscar Romero Rojas; **Jefe de Redacción:** Guillermo Torales Caballero; **Jefa de Corrección:** Dora Torres Ponce; **Reporteros:** Vanessa Prieto Barrientos, Ma. Guadalupe Cruz Muñoz, Graciela Muñoz Ariza, Miguel G. Prieto Martínez; **Corrección:** Alejandra Sánchez Plascencia; **Fotografía:** Francisco Alatriste Torres, Edgar Mendoza Serrano; **Directora de Arte y Diseño:** Norma Patiño Domínguez; **Jefa de Diseño Gráfico:** Areli Jiménez Ramírez; **Diseñadores:** Víctor Manuel Gutiérrez García, Pedro Octavio Castellanos Gómez, Mónica Miranda Villalba, Kathia C. Recio, Alfonso Javier Solís; **Ilustración:** Mónica Miranda Villalba, Kathia C. Recio, Víctor Manuel Gutiérrez García, Areli Jiménez Ramírez.

Teléfonos de la revista: 211-90-82 ó 625-67-00 exts. 6930, 6927 ó 6926. Fax: 553-04-75. Envíe su correspondencia a José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C.P. 06140, Delegación Cuauhtémoc, o al A. P. 20600, México, D. F.

Para empezar bien el año

¡Conozca los servicios que le brinda PROFECO!

Este principio de año es una excelente oportunidad para conocer y hacer uso de los servicios que PROFECO pone a su disposición.

Los teléfonos del consumidor

Entre los servicios más importantes y útiles que esta institución presta al consumidor están los números telefónicos que le ofrecen apoyo en diversos aspectos. Para los consumidores del interior de la República Mexicana contamos con el número **Lada sin costo 91-800-903-13**, al que usted puede llamar desde cualquier punto del país y solicitar asesoría, información sobre precios concertados, resultados de los estudios de calidad, tecnologías domésticas, ubicación de las delegaciones de PROFECO, todo ello con el fin de que tenga un buen punto de referencia para realizar una mejor compra de los bienes que requiere y una afortunada contratación de servicios.

El teléfono del consumidor tiene un horario de 8:30 a 20:00 horas de lunes a viernes; los sábados también puede comunicarse de 9:00 a 14:00 horas.

Al llamar únicamente debe proporcionar su nombre, domicilio y teléfono; el nombre, domicilio y, en su caso, teléfono del proveedor; y narrar brevemente el motivo de su reclamo.

Como servicio adicional ya está en funcionamiento el **fax del consumidor** en el número **211-15-37**, el cual opera las 24 horas del día durante los 365 días del año. Para poder atenderlo solamente deberá proporcionar por escrito su nombre completo, domicilio y número telefónico desde el cual transmite. En el 211-15-37 puede obtener información sobre precios y abasto de bienes y servicios, presentar quejas y denuncias, así como hacernos llegar sus sugerencias.

Ahora bien, si desea solicitar asesoría, orientación o interponer una denuncia personalmente, diríjase a la oficina de PROFECO más cercana a su domicilio.

La unión hace la fuerza

Del mismo modo, PROFECO trabaja con entusiasmo en la organización de consumidores, labor que consiste en integrar grupos de personas civiles con la finalidad de que hagan valer sus derechos mediante la detección y denuncia de irregularidades en las prácticas comerciales; realizar actividades colectivas que les aporten beneficios al mejorar la distribución, la utilización y el aprovechamiento del ingreso familiar, así como obtener orientación y capacitación para conformar una nueva cultura del consumo.

Estas organizaciones pueden estar constituidas por personas agrupadas en sindicatos, juntas de vecinos o centros de desarrollo social que actúen en zonas urbanas o rurales; por amas de casa, estudiantes, campesinos, empleados de oficina, etcétera.

Si usted está interesado en formar una organización de consumidores o pertenecer a una ya conformada, acuda a la delegación de PROFECO más cercana a su domicilio, o comuníquese al **211-67-54 ó 211-32-21**.

El mejor árbitro

El arbitraje es el procedimiento a través del cual dos o más personas o empresas deciden voluntariamente someter a un tercero (denominado «árbitro») un asunto respecto al cual tengan diferencias, para solucionarlo.

Las partes en conflicto permiten que el árbitro resuelva la controversia en conciencia y a buena fe guardada (amigable composición), pero observando las formalidades esenciales de un juicio. De no suceder así, se establece un procedimiento legal y se aplica supletoriamente el Código de Comercio y el Código Procesal Local, conforme a derecho.

Los asuntos que pueden ser sometidos al arbitraje en amigable composición son las reclamaciones referentes a: tiempo compartido, autofinanciamiento, reparación de aparatos electrodomésticos, compraventa de bienes muebles, servicios de agencias de viajes, servicios de paquetería y mensajería, y servicios de reparación de automóviles.

Los servicios arbitrales en estricto derecho se aplican a reclamaciones derivadas de la compraventa de inmuebles.

Representando los intereses de la población consumidora

PROFECO está cerca de usted para protegerlo y asesorarlo mediante el ejercicio de las acciones y recursos, trámites o gestiones que procedan, todo ello con el fin de salvaguardar sus intereses como consumidor.

Usted puede interponer su queja contra comerciantes, industriales, prestadores de servicios o importadores, en materia de **compras a crédito**: cuando se nieguen a informarle cuál es el precio de contado del bien o servicio, el monto de los intereses y la tasa a la que estén calculados, o el total de intereses a pagar, entre otros aspectos.

Asimismo puede presentar su denuncia cuando considere que el **cobro** es **indebido** o por **incumplimiento**, es decir, cuando la mercancía presente defectos, el proveedor se niegue a proporcionarle factura o comprobante de venta, si el artículo es de mala calidad, o si al adquirir un bien en corto tiempo se pusiera de manifiesto su deficiencia en cuanto a la calidad o la cualidad.

En lo que respecta al rubro de **servicios**, tampoco dude en hacer valer sus derechos en caso de que solicite una reparación y observe que las refacciones empleadas no son nuevas, si el producto tiene garantía y el prestador se negara a cumplirla, si el artículo presentara deficiencias en los 30 días siguientes a la fecha de reparación, cuando el proveedor quiera cobrar dos precios diferentes por un mismo servicio, cuando por razones de discriminación sea negado el servicio; cuando reciba un trato deficiente en hoteles, restaurantes, discotecas o tintorerías, entre otros.

Para que su queja sea atendida en PROFECO, en forma personal o por escrito, sólo hay que cumplir con los siguientes requisitos:

-Proporcionar nombre y domicilio de quien reclama.

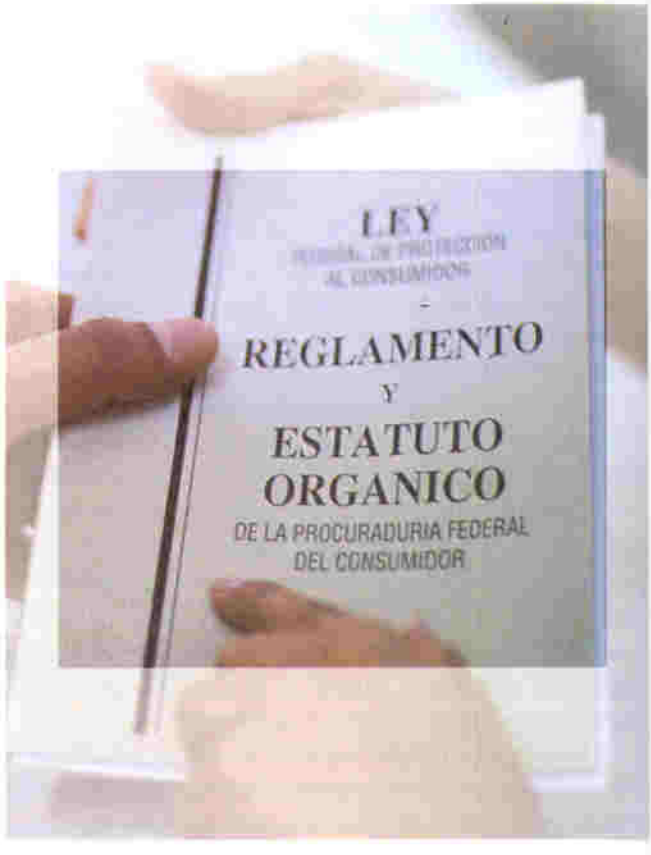
-Indicar nombre o razón social y domicilio del proveedor.

-Plantear el motivo de su inconformidad señalando cómo, cuándo, dónde y con quién contrató el servicio o adquirió el bien.

-Presentar dos fotocopias de los recibos o comprobantes de la operación realizada.

Usted puede presentar su reclamación en la Procuraduría Federal del Consumidor, recuerde que hay una oficina cerca de su domicilio.

Miguel G. Prieto



Cómo aprovecharlo

¿Ya recibió la segunda parte de su aguinaldo?

El aguinaldo es una retribución que por ley se otorga a los trabajadores cada fin de año, y debe pagarse antes del 20 de diciembre en una sola emisión; no obstante, los trabajadores que prestan sus servicios al Estado -burócratas- y aquellos cuyo contrato colectivo de trabajo así lo estipule, reciben dicho ingreso en dos partes: una en la primera quincena de diciembre y la otra en la segunda quincena de enero.

Si usted, amigo lector, es parte de esta última modalidad recuerde que en estos días de enero de 1997 recibirá la segunda parte de su aguinaldo; al respecto le sugerimos aprovechar al máximo esta percepción que representa el esfuerzo de todo un año de trabajo.

Un mejor destino

Le recordamos que este importante ingreso anual puede emplearse en reparaciones domésticas, para solventar gastos ineludibles que se presentan al inicio del año, después de las bulliciosas fiestas decembrinas -colegiaturas, renta, mensualidades de algún crédito, etcétera-, así como en la compra de bienes de consumo indispensables, como alimentos, energéticos, etcétera.

Asimismo, si tiene alguna deuda procure saldarla, ya que de esta manera comenzará el año con una preocupación menos.

De igual forma, si ha postergado algún estudio médico para usted o su familia, ésta es una buena oportunidad para realizarlo; no olvide que este aspecto es prioritario.

Si desea adquirir un electrodoméstico o muebles, piense si dicho artículo es necesario y si está dentro de su presupuesto. En el caso particular de los electrodomésticos, consulte su calidad y precio en la **Revista del Consumidor**; compare los beneficios que ofrecen las diferentes tiendas que los comercializan, o bien, comuníquese a los teléfonos del consumidor: 568-87-22 ó 211-64-14; del interior de la república llame sin cobrar al 91-800-903-13.

En cualquier caso, le recordamos que al momento de realizar la compra es muy importante exigir y conservar la factura, nota, garantía o cualquier otro documento relacionado con la operación.

Por último, si tiene alguna duda sobre el monto de su aguinaldo acuda a las oficinas de la Procuraduría de la Defensa del Trabajo en su estado, o bien, a la del Distrito Federal y área metropolitana; el Congreso del Trabajo también le proporciona información al respecto a través de los siguientes números telefónicos: 597-79-90, 583-96-43 ó 583-89-29.

Graciela Muñoz

Comparativo de precios de **productos de consumo básico** en tiendas de autoservicio de la zona metropolitana

Con el propósito de brindarle información para que usted realice una mejor compra, a continuación le presentamos un comparativo de precios de una canasta que incluye diez productos básicos, considerando a todas las delegaciones y municipios del área metropolitana. Los datos corresponden al levantamiento de precios que realizó el programa **¿Quién es quién en los precios?** del 13 al 21 de noviembre de 1996. Para el análisis se consideró como mínimo uno y como máximo cinco establecimientos por delegación o municipio, que ofrecieran la mejor opción de precio en los productos seleccionados (véase Cuadro 1).

Cuadro 1

Grupo de productos seleccionados por delegación

Producto	Marca	Presentación
1. Pasta para sopa	Cora	paq. 200 g
2. Galletas populares	Gamesa	Marías, caja 1 kg c/6 paq.
3. Jamón	Fud	1 kg tipo Virginia económico
4. Atún	Calmex	lata 174 g en aceite
5. Aceite de girasol	1-2-3	botella 1 lt
6. Chiles en lata	La Costeña	serranos 220 g
7. Azúcar		bolsa 2 kg refinada blanca
8. Café soluble	Nescafé Clásico	frasco 100 g
9. Concentrado de pollo	Knorr Suiza	frasco 450 g caldo
10. Gelatina en polvo	Jell-o	caja 170 g

Estos productos se encontraron en 90 establecimientos; la tienda **Carrefour Los Sauces** ofreció el precio global más bajo, es decir, $ 88.25. Le siguieron **Bodega Aurrera** (**Tacubaya**, **Lomas Lindas**, **Valle de Aragón** y **Pueblo Santa Cecilia**), en las cuales el costo fue de $ 88.60. Por su parte, las tiendas del **ISSSTE** (**Viaducto Piedad** y **Jardín Balbuena**) mostraron un costo de $ 90.67 y $ 91.41, respectivamente. El precio más alto correspondió a **Sumesa** (**Militar Marte**) con $ 116.65 y a **Superama** (**Toriello Guerra**) con $ 116.20, lo que representa una diferencia de alrededor de $ 28.00 respecto al costo más bajo. Por razones de espacio, en el Cuadro 2 únicamente le presentamos los precios de los establecimientos que tuvieron el mejor nivel de precios por delegación o municipio; le sugerimos que compare y evalúe los beneficios que le ofrecen los establecimientos con los precios más bajos, pero recuerde que en los teléfonos del consumidor podrá obtener la información más detallada.

Cuadro 2
Tienda más barata por delegación

Tienda	*Colonia*	*Delegación*	*Costo de los productos seleccionados*	*Índice tienda más barata = 100*
Carrefour	Los Sauces	Coyoacán	88.25	100.00
B. Aurrera	Tacubaya	Miguel Hidalgo	88.60	100.40
B. Aurrera	Lomas Lindas	Atizapán de Zaragoza	88.60	100.40
B. Aurrera	Valle de Aragón	Nezahualcóyotl	88.60	100.40
B. Aurrera	Sta. Cecilia Pueblo	Tlalnepantla	88.60	100.40
ISSSTE	Viaducto Piedad	Iztacalco	90.67	102.74
ISSSTE	Jardín Balbuena	V. Carranza	91.41	103.58
Com. Mex.	Santa María la Ribera	Cuauhtémoc	96.45	109.29
De Todo	Del Valle	B. Juárez	96.85	109.75
Gigante	Jardines de San Mateo	Naucalpan	97.15	110.08
B. Com. Mex.	Loma Bonita	Cuautitlán Izcalli	98.25	111.33
B. Aurrera	Villa Coapa	Tlalpan	99.30	112.52
B. Aurrera	Ciudad Azteca	Ecatepec	99.30	112.52
B. Aurrera	Las Américas	A. Obregón	99.65	112.92
B. Aurrera	Solidaridad Nacional	G. A. Madero	99.80	113.09
B. Aurrera	Potrero San Bernardino	Xochimilco	99.80	113.09
B. Aurrera	Los Ángeles	Iztapalapa	100.20	113.54
IMSS	La Raza	Azcapotzalco	103.27	117.02
IMSS	U. H. Independencia	M. Contreras	104.26	118.14
Aurrera	Bosques de Las Palmas	Huixquilucan	105.60	119.66
B. Gigante	Parque Res. Coacalco	Coacalco	106.85	121.08
Aurrera	San José de Los Cedros	Cuajimalpa	107.70	122.04

Con la información obtenida también se pudo comprobar que las tiendas de Ciudad Nezahualcóyotl mostraron el nivel de precios promedio más bajo en el área metropolitana ($ 98.93), es decir, 6.51 por ciento por debajo del costo promedio general. La delegación Benito Juárez mostró un costo promedio de $ 111.43, lo que representa el 5.3 por ciento por arriba del costo promedio general (véase Cuadro 3).

Cuadro 3

Precio promedio por delegación

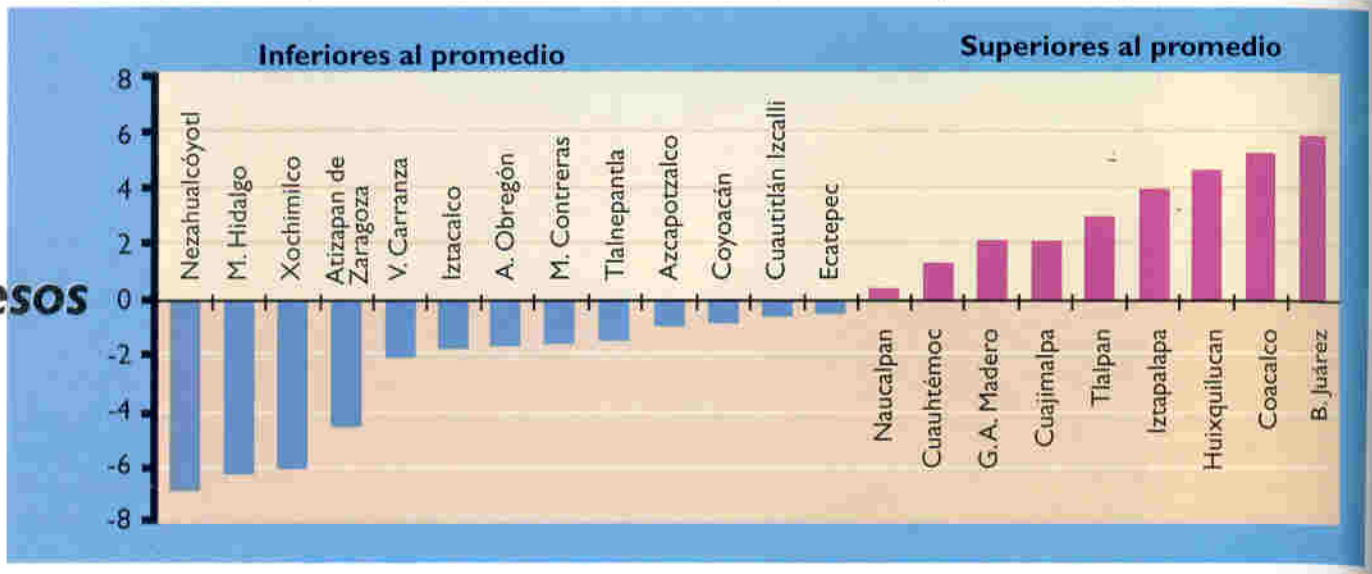
Delegación	Promedio por delegación ($)	Índice precio promedio = 100
Nezahualcóyotl	98.93	93.49
M. Hidalgo	99.61	94.13
Xochimilco *	99.80	94.31
Atizapán de Zaragoza	101.13	95.57
V. Carranza	103.83	98.12
Iztacalco	104.09	98.37
A. Obregón	104.15	98.42
M. Contreras *	104.26	98.53
Tlalnepantla	104.68	98.93
Azcapotzalco	105.06	99.28
Coyoacán	105.25	99.46
Cuautitlán Izcalli	105.45	99.66
Ecatepec	105.60	99.79
Naucalpan	105.86	100.04
Cuauhtémoc	107.08	101.19
G.A. Madero	107.85	101.92
Cuajimalpa	107.91	101.98
Tlalpan	108.63	102.66
Iztapalapa	109.56	103.54
Huixquilucan	110.55	104.48
Coacalco	110.87	104.77
B. Juárez	111.43	105.30
Promedio	105.82	

* Sólo se encontró una tienda.

En la Gráfica 1 le mostramos la diferencia entre el precio promedio por delegación o municipio y el precio promedio general; el municipio de Nezahualcóyotl destacó por ofrecer la mayor diferencia.

Gráfica 1

Diferencia promedio por delegación respecto del promedio (pesos)



Fuente: Programa ¿Quién es quién en los precios?, DGAPC, PROFECO.

Le recordamos que en los teléfonos del consumidor, 568-87-22 ó 211-64-14, usted podrá obtener información adicional sobre los precios y establecimientos que le ofrecen la mejor opción de compra cerca de su domicilio.

Con el programa ¿Quién es quién en los precios? compare y ahorre

PROFECO realiza la labor de reunir y comparar los precios de diversos productos con el fin de proporcionar a los consumidores información completa y oportuna sobre las mejores opciones de compra.

El programa **¿Quién es quién en los precios?**[1] pone a su disposición la información que le permita tomar la mejor decisión y aprovechar al máximo su presupuesto familiar.

Sabemos que la competencia comercial no radica simplemente en ofrecer precios bajos, ya que el consumidor también busca calidad en los bienes, un mejor abasto y variedad, así como la proximidad de los establecimientos, o bien, las facilidades de realizar sus compras con rapidez. Sin embargo, actualmente gran parte de los consumidores busca las mejores opciones de compra considerando sobre todo los precios.

A continuación le ofrecemos un comparativo de precios de diez grupos de productos básicos que tienen un fuerte impacto en el gasto familiar; para realizarlo se utilizaron los precios promedio del programa **¿Quién es quién en los precios?** del periodo del 13 al 19 de noviembre de 1996.

Para el estudio se tomó como base el precio promedio de cada uno de los productos básicos que comercializan las tiendas del **ISSSTE**, las cuales en general se han distinguido por ofrecer los precios más bajos, en comparación con el resto de los establecimientos encuestados, como tianguis, mercados públicos y las demás tiendas de autoservicio de las principales cadenas (privadas y del sector social) ubicadas en la zona metropolitana de la ciudad de México.

Los resultados

• Decidir entre comprar en las tiendas del **ISSSTE** o cualquier otro establecimiento del resto del mercado representa, por ejemplo, un ahorro de 7.1 por ciento en aceites vegetales y de 18.4 por ciento en productos de salchichonería (véase Cuadro 1).

Cuadro 1

Comparativo de precios promedio por grupo de productos

Grupo	Número de productos considerados	Precio de los productos		Ahorro	
		ISSSTE	Promedio del mercado	$	%
Aceite vegetal	9	80.73	86.94	6.21	-7.14
Carne fresca	21	492.64	531.21	38.57	-7.26
Frijol	14	108.54	120.16	11.62	-9.67
Leche y sus derivados	32	549.89	612.12	62.23	-10.17
Refrescos envasados	5	19.16	21.42	2.26	-10.55
Café soluble y tostado	12	199.24	224.79	25.55	-11.37
Productos enlatados	18	71.84	83.79	11.95	-14.26
Galletas y pastas	15	101.22	120.95	19.73	-16.31
Condimentos y aderezos	15	98.26	119.81	21.55	-17.99
Salchichonería	24	709.49	869.55	160.06	-18.41

• Aunque las tiendas del **ISSSTE** ofrecen, en términos generales, los mejores precios del mercado en productos básicos, no todos los precios de sus productos son los mejores, ya que se observó que hay diferencias hasta del 20 por ciento respecto a los precios que ofrecen otros establecimientos (véase Cuadro 2).

Cuadro 2

Productos con mejor precio en otras tiendas

Producto	Precio ISSSTE	Mejor precio $	Mejor precio Tienda	Diferencias Ahorro en $	Diferencias %
Panza de res cruda, 1 kg	11.37	7.60	B. Aurrera	3.77	49.61
Bistec de espaldilla de res, 1 kg	30.16	0.70	Carrefour	9.46	45.70
Cabeza de cerdo, 1 kg	10.90	7.80	UNAM	3.10	39.74
Mantequilla Los Volcanes, barra de 90 g	2.30	1.70	B. Aurrera	0.60	35.29
Pulpa de ternera, 1 kg	30.98	22.90	UNAM	8.08	35.28
Crema, 1 kg	15.86	11.75	Chedraui	4.11	34.98
Jamón horneado económico Iberomex, 1 kg	28.19	21.20	De Todo	6.99	32.97
Carne molida de cerdo, 1 kg	29.23	22.50	B. Aurrera	6.73	29.91
Hígado de res, 1 kg	16.30	12.75	De Todo y Gigante	3.55	27.84
Espinazo de cerdo, 1 kg	21.55	16.90	De Todo	4.65	27.51
Salchicha (hot dog) Iberomex, 1 kg	15.61	12.30	De Todo	3.31	26.91
Chiles (jalapeños rajas) en lata Herdez, 200 g	2.03	1.60	Chedraui	0.43	26.88
Pollo entero, 1 kg	14.36	11.40	UAM	2.96	25.96
Jamón (de pierna fino) Zwan Premium, 1 kg	56.05	44.95	Chedraui	11.10	24.69
Requesón, 1 kg	16.67	13.50	Carrefour	3.17	23.48
Frijol negro Catarino's, bolsa de 1 kg	6.74	5.50	IMSS	1.24	22.55
Panza de res cocida, 1 kg	18.57	15.22	Tianguis	3.35	22.01
Pata de cerdo, 1 kg	9.45	7.80	UNAM	1.65	21.15
Salchicha (hot dog) Fud, 1 kg	16.89	13.95	Wal-Mart	2.94	21.08
Jamón (tipo York extrafino) Campofrío, 1 kg	51.12	42.50	UNAM	8.62	20.28

Fuente: Programa ¿Quién es quién en los precios?, Dirección General de Análisis de Prácticas Comerciales, PROFECO.

El ejercicio anterior muestra que los consumidores deben comparar antes de comprar, ya que una buena adquisición representa un importante ahorro en el gasto familiar.

Recuerde que PROFECO le ofrece información acerca de las mejores opciones de compra en productos alimenticios, de limpieza para el hogar y aseo personal, medicamentos, electrodomésticos, pescados y mariscos, útiles escolares, productos de temporada (navideños, juguetes, etcétera), a través de los Teléfonos del Consumidor 568-87-22 ó 211-64-14.

[1] Si desea obtener mayor información sobre la cobertura y difusión del programa, consulte el reportaje «Para conocer más acerca del programa ¿Quién es quién en los precios?», publicado en la **Revista del Consumidor** de noviembre y diciembre de 1996.

Norma Oficial Mexicana En los servicios de Embellecimiento físico

¿Está a punto de solicitar los servicios de una clínica de control de peso, o de un salón de belleza o estética para que le hagan un corte de cabello, una base o le apliquen algún tratamiento para el cutis?

Con la finalidad de que usted acuda con más confianza y seguridad a los servicios denominados de «embellecimiento físico», a fines del año pasado se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* una Norma Oficial Mexicana (NOM) que establece los lineamientos básicos en materia de información al consumidor que deben observar todas aquellas personas dedicadas a la prestación de este tipo de servicios.

El documento indica que se excluyen de esta NOM a todos los prestadores de servicios de atención médica privada, tales como tatuaje, liposucción, delineado de párpados, labios y cejas, entre otros, ya que se rigen por otros ordenamientos legales.

Los orígenes

La presidenta de la Cámara Nacional de la Industria del Embellecimiento Físico (Canafico), Ana Rosa Aponte de Achar, explica: «Entre los motivos que dieron origen a esta NOM destaca la necesidad de sentar las bases para establecer una práctica comercial transparente, que beneficie tanto al prestador del servicio como al propio cliente, ya que en materia de embellecimiento físico es frecuente la creación de expectativas que no son claras para ninguna de las partes.

«Por otra parte, PROFECO había registrado un número considerable de quejas en contra de diferentes servicios de embellecimiento físico, por lo que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial convocó a Canafico para elaborar esta NOM en forma conjunta.

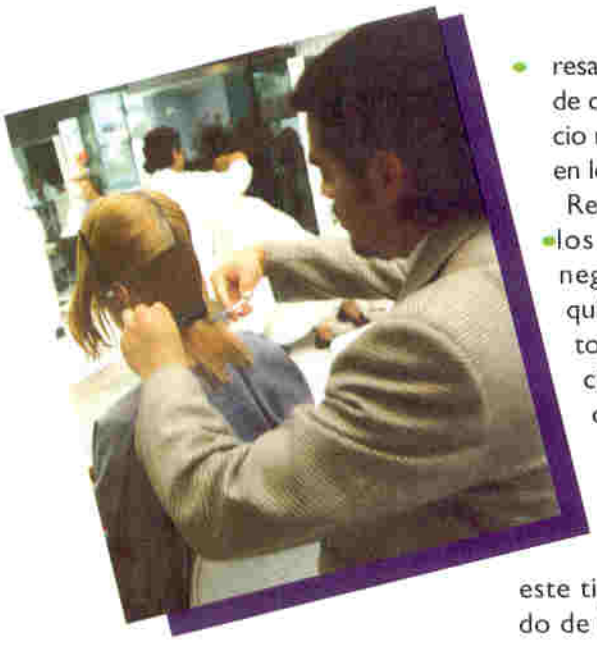
«Una de las principales controversias en este campo -prosigue nuestra entrevistada- era determinar sobre quién recaía la responsabilidad de aplicar un producto en el cliente. La práctica comercial indica que el responsable es el profesional, el prestador del servicio, lo cual lo obliga a capacitarse más, a conocer todas las características y efectos de los productos que emplea, al pie de la letra las instrucciones y, en caso de surgir algún imprevisto, a enfrentar adecuadamente esa situación.

«Esta NOM establece que el prestador del servicio deberá responder por su trabajo ante el cliente, y advertirá a los consumidores acerca de los riesgos de aceptar el servicio a domicilio, ya que el prestador independiente (sin lugar fijo donde operar) no puede ofrecer ninguna garantía debido a que no se le puede fincar responsabilidad alguna».

La presidenta de la Canafico menciona que por ello el consumidor debe elegir preferentemente los servicios de embellecimiento físico de algún prestador que cuente con un lugar establecido.

De igual forma, la mencionada NOM indica que el prestador debe entregar al cliente un presupuesto por escrito, el cual debe incluir por lo menos la siguiente información:

- Descripción de los procedimientos y servicios, así como de los pagos a los que está sujeto el consumidor.
- Mención de aquellos materiales, alimentos o complementos alimenticios que están sujetos a variaciones de precio que se encuentren fuera del control del prestador.
- De requerirlo así, el tiempo necesario, número de sesiones y periodicidad de las mismas.
- Recomendaciones especiales de uso, si fuese necesario.
- Los riesgos, consecuencias y advertencias en caso de existir efectos secundarios originados por el procedimiento.
- Detalle de las **opciones de pa-**



go que puede elegir el consumidor.
- **Vigencia** del presupuesto.
- **Condiciones, garantías** y com promisos para las partes.

Cuáles son las responsabilidades

«Para que el servicio sea excelente -indica la presidenta de la Canafico- debe existir **comunicación** entre prestador y consumidor: **el profesional debe preguntar al cliente qué productos se ha aplicado con anterioridad**, y como el consumidor tiene la responsabilidad de informar con detalle al respecto.

«Es importante señalar que cuando uno decide aplicarse en casa cualquier producto de embellecimiento físico es indispensable leer las instrucciones y seguirlas estrictamente, aunque lo ideal es acudir a un profesional establecido para evitar riesgos.

El apartado de la NOM referente a las garantías especifica que el proveedor debe:
- Informar al consumidor sobre las condiciones y procedimien tos para hacer válida la garantía.
- Cumplir con los términos y con diciones ofrecidos o implícitos en la publicidad o información empleada.

Indicar la manera en que se puede
- resarcir al cliente en el supuesto de que el procedimiento o servicio no se proporcione con base en lo acordado.

Responder, de ser el caso, por los daños ocasionados por negligencia o inhabilidad de quien efectúa el procedimiento o servicio, o por la utilización de materiales, alimentos o complementos alimenticios impropios.

A la hora de pagar...

Respecto al pago de este tipo de servicios, un apartado de la NOM cita que la factura u otro documento legal que ampare la prestación del servicio debe contener, cuando menos:
- El nombre y domicilio del prestador y del consumidor.
- Las características de los procedimientos y servicios proporcionados.
- El tipo de alimentos o comple mentos alimenticios que se ad ministraron o materiales que se utilizaron en el procedimiento o servicio solicitado.
- El precio desglosado de cada pro cedimiento o servicio solicitado.

Además, la NOM dispone que:

Los prestadores cuenten con un catálogo o **lista de precios disponible al público** de los servicios ofrecidos, los cuales deben aparecer en moneda nacional, sin menoscabo de que puedan indicarse en moneda extranjera, y debe hacerse explícito si incluyen IVA.

El pago deberá efectuarse en moneda nacional. Los gastos contraídos en moneda extranjera se solventarán con el equivalente en moneda nacional al tipo de cambio que rija en la fecha de pago.

En caso de que el prestador solicite un anticipo o depósito por el servicio, esta condición debe darse a conocer en la lista de precios; asimismo se deberá expedir al cliente un comprobante por tal cantidad, mismo que se reintegrará cuando el consumidor cubra el importe total del servicio, o bien, será utilizado para cubrir dicho costo. Esto lo debe estipular el contrato de adhesión, presupuesto o documento en el que formalizó la operación.

Ana Rosa Aponte señala que esta norma otorgará beneficios muy prácticos al consumidor, tales como:

•Certidumbre en el servicio.

•Tanto el dueño del establecimiento como el personal actuarán con mayor responsabilidad y deberán poner más atención en los procesos que efectúen.

•Se fomentará una relación más estrecha entre los prestadores de servicios de embellecimiento y los consumidores.

Si desea mayor información...

Por último, nuestra entrevistada explica que se están elaborando proyectos en PROFECO para establecer contratos de adhesión en cada una de las áreas del embellecimiento físico que se encuentren sujetas a cumplir con esta NOM (clínicas de control de peso y de tratamientos faciales, establecimientos que comercialicen masajes y gimnasios donde se ofrezcan complementos alimenticios, etcétera).

En los salones de belleza, estéticas y peluquerías no se establecerá un contrato por escrito, pero queda clara la responsabilidad de los prestadores respecto al servicio que lleven a cabo.

Si le interesa obtener mayor información acerca de esta norma, o algunos detalles sobre la calidad del servicio que ofrecen los afiliados a la Canafico, puede dirigirse a la calle de Salamanca núm. 5, colonia Roma, o comunicarse a los teléfonos 514-25-39 ó 208-06-22.

Graciela Muñoz

Fuentes: -Diario Oficial de la Federación del 21 de agosto de 1996. -Cámara Nacional de la Industria del Embellecimiento Físico

¡Sáquele provecho!

Cómo usar correctamente su refrigerador

Aunque el uso del refrigerador para conservar los alimentos se ha generalizado, la mayoría de las veces no se emplea adecuadamente, por ejemplo, algunos alimentos absorben sabores u olores de otros productos; asimismo pueden resecarse o disminuir su tiempo de conservación, etcétera.

Lo anterior tiene mucho que ver con el uso que se le dé a su refrigerador y la forma en que se almacenan y colocan los alimentos.

Para que usted obtenga el mayor provecho de su electrodoméstico, a continuación le proporcionamos algunas sugerencias y recomendaciones que también le ayudarán a prolongar su vida útil.

Dónde y cuáles alimentos deben guardarse en el refrigerador

Por lo regular, los refrigeradores tienen diversas temperaturas, las cuales van de 0 a 8° C; en su interior se distinguen tres zonas: la superior que es la parte más fría, la media y la baja, que es la menos fría.

Aunque en el mercado se comercializan diversos modelos de refrigeradores, el sistema de temperatura es semejante casi en todos.

Dentro de la **primera zona**, que posee una temperatura de entre 0 y 4° C, **deben guardarse aquellos alimentos que se descomponen rápidamente,** como las **carnes, aves, pescados, leche, yogures** y **quesos frescos**.

En la **segunda zona**, cuya temperatura se ubica entre los 4 y los 6° C, deben acomodarse las **comidas preparadas, productos envasados** y tortillas.

En la **tercera zona**, donde la temperatura es de entre 6 y 8° C -que generalmente tienen un compartimiento especial-, se encuentran los espacios idóneos para conservar las **frutas** y las **verduras**.

En los compartimientos de la puerta es conveniente colocar la **mantequilla, quesos maduros, huevos, leche, botellas, etcétera**.

Algunos usos inadecuados del refrigerador son introducir alimentos que no requieren este tipo de conservación, por ejemplo: mayonesa, catsup, algunas conservas, etcétera, así como colocar los alimentos tal y como se adquirieron o en recipientes como latas abiertas u ollas de gran profundidad, entre otros, lo que evita que el refrigerador cumpla con su cometido.

Cómo guardar los alimentos

Carne roja (ternera, res, etcétera): debe ir en la parte más fría y consumirse en un plazo no mayor de 48 horas; en caso contrario, lo mejor es congelarla. Cuando no se sigue esta sugerencia el crecimiento bacteriano continúa, ocasionando así su rápida descomposición.

Pescado y mariscos: de preferencia deben consumirse el mismo día, mantenerse en refrigeración durante un lapso no mayor de 48 horas, o bien, congelarlos.

Es importante introducirlos en recipientes de plástico con tapa hermética, por ser un alimento de olor fuerte que puede modificar el sabor de otros productos.

Para congelar durante periodos de tres a seis meses cualquiera de los tres tipos de carne anteriormente señalados, verifique que la temperatura del congelador sea de 18° C, asimismo es recomendable envolver las porciones con trozos de plástico autoadherente. Para evitar que el pescado se reseque, envuélvalo con papel de estraza.

Aves: es recomendable consumirlas el mismo día o congelarlas; en refrigeración pueden conservarse hasta dos días pero debe guardarlas limpias y sin vísceras en un recipiente de vidrio o plástico con tapa.

Huevo: Se puede conservar en refrigeración de una a tres semanas. De preferencia deben colocarse con los extremos puntiagudos hacia abajo; no guarde los que se encuentren estrellados o rotos, pues su composición puede alterarse.

Leche: la fecha de caducidad le indicará su duración, siempre y cuando se refrigere correctamente; una vez abierta, lo aconsejable es consumirla el mismo día. Procure mantenerla lejos de productos como el pescado, aunque lo más recomendable es tapar todos los alimentos.

Otros lácteos (quesos maduros, yogurt, crema): se pueden conservar hasta por una semana, a condición de que se mantengan cerrados.

Mantequilla o margarina: aun cuando su refrigerador tiene un compartimiento especial para dichos lácteos, lo mejor es colocarlos en la parrilla para que reciban el frío en forma directa; introdúzcalos en recipientes de vidrio o de plástico. También es conveniente alejarlos de la carnes y el pescado. El frío los mantendrá en buenas condiciones hasta por seis meses.

Frutas: según su calidad y estado de madurez pueden conservarse hasta por una semana en refrigeración y acomodarse en la parte inferior del aparato, previamente lavadas. Cabe aclarar que en este caso no es indispensable guardarlas en bolsas de plástico. El melón, las naranjas, los plátanos, las manzanas, los mangos, la papaya y los aguacates se conservan mejor a temperatura ambiente, pues el frío puede «quemar» dichos productos.

Los chabacanos, los duraznos, las peras y las ciruelas se maduran bien si los guarda en bolsas de papel de estraza (no requieren refrigerarse).

Verduras: no es conveniente guardarlas por más de una semana en el refrigerador, ya que pierden su sabor, calidad y textura. Es recomendable guardarlas en bolsas de plástico bien cerradas, haciendo pequeñas perforaciones en la bolsa; asimismo, antes de refrigerarlas límpielas con un trapo o lávelas.

En el caso de las hortalizas de hoja -como la lechuga y la col- hay que quitarles las primeras hojas, ya que vienen sucias y pueden ser portadoras de microorganismos; lo mismo sucede con el cilantro, el cual no debe guardarse por más de dos días porque tiende a secarse, pero se puede seguir el mismo procedimiento de empaque que con las verduras.

Es importante no guardar las verduras mojadas en las bolsas porque ello acelera su proceso de descomposición.

En el caso de las cebollas, primero hay que introducirlas en bolsas de plástico.

Comida preparada: debe guardarse en recipientes de vidrio o plástico perfectamente tapados. Debe colocarse en las charolas más altas una vez que se enfríen, nunca los introduzca cuando estén calientes porque ocasionan mayor gasto de energía del aparato, además su tiempo de caducidad se reduce porque el calor propicia el crecimiento bacteriano.

Otras recomendaciones

•Coloque su refrigerador en un lugar seco y bien ventilado. Asegúrese de que el piso esté nivelado. Procure situarlo lejos de la estufa, pues el aire caliente que emite ésta afecta el correcto funcionamiento del refrigerador.

•Es conveniente mantener su refrigerador limpio, porque en su interior pueden acumularse olores y microorganismos que alteran el sabor y la calidad de los alimentos. Se recomienda lavarlo por lo menos cada 15 días, utilizando agua con detergente y unas cuatro cucharadas de bicarbonato. Procure limpiarlo cuando tenga pocos alimentos: desconéctelo en la noche y en la mañana proceda a limpiarlo.

•Cuando se derrame algún líquido o alimento sólido dentro del refrigerador límpielo inmediatamente.

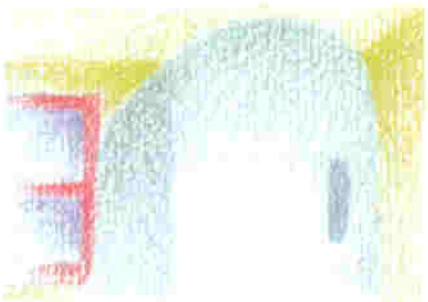
•Revise periódicamente la comida que tiene en el interior de su aparato, a fin de consumir primero aquella que tiene más tiempo guardada.

•Trate de abrir su refrigerador el menor número de veces, con ello reducirá su consumo de energía y permitirá que el aparato mantenga una temperatura adecuada para la conservación de los productos que contiene.

•Si la puerta del refrigerador no cierra perfectamente gastará más energía eléctrica, además de que en el interior no enfriará como es debido puesto que no alcanza la temperatura indicada para conservar los alimentos.

•No llene el aparato y deje una pequeña separación entre uno y otro producto para que el frío circule perfectamente y cumpla con su cometido.

•Trate de colocar en la parte más baja del refrigerador un recipiente con bicarbonato, o bien, un saquito de tela con carbón molido para absorber los olores de los alimentos; cámbielo cada mes.



Ma. Guadalupe Cruz

Fuentes: -Coordinación de Educación para el Consumo, Unidad de Nutrición, PROFECO. -Entrevistas con el ingeniero Marco Antonio León Felix y el Sr. Vicente Godoy León, especialistas de Central de Técnicos en Refrigeración Doméstica.

Lo que usted debe saber acerca de su refrigerador

-Es un aparato que enfría los alimentos mediante la circulación de un fluido que recorre toda su cámara; es importante saber que no todas las partes del refrigerador se encuentran a la misma temperatura.

-Consta esencialmente de una cámara fría, de una sustancia que absorbe el calor de los alimentos, llamada «refrigerante», y de un sistema que permite a dicha sustancia extraer el calor de la cámara y sacarla a través de una parte externa llamada «condensador».

-La refrigeración de alimentos no afecta el sabor, la textura ni el valor nutritivo de los mismos.

Si de **quitar manchas** se trata...

Cuando alguna prenda de nuestra predilección se mancha, hacemos hasta lo imposible por limpiarla, pero puede suceder que en ese afán causemos deterioro a la tela en cuestión.

Para que esto no ocurra, a continuación le ofrecemos algunos consejos prácticos para deshacerse de manchas difíciles.

Previo a...

Antes de quitar la mancha hay que tomar en cuenta que:

- Si se trata de una prenda lavable en casa, la mancha puede quitarse localmente, es decir, usando un paño mojado con agua caliente (siempre oprimiendo y no frotando). Es indispensable que al absorber la mancha con el paño o toalla (de papel o tela), también coloque debajo de la zona otro paño seco, para evitar que se extienda.
- En el caso de la ropa de tintorería (lavado en seco), primero debe limpiar o absorber la mancha con un paño y después mandarla a lavar.
- El tratamiento de manchas se realiza según el tipo de tela con el que está confeccionada la prenda; aquí manejaremos dos grupos: las prendas que en la etiqueta mencionan que se pueden lavar en máquina (lavadora), que son más resistentes y tienen colores más sólidos (se clasificarán con la letra A); y las que en la etiqueta informan que su lavado es exclusivamente a mano, tales como la lana o la seda (las cuales identificaremos con la letra B).

¡A desaparecer manchas se ha dicho!

Café

(A) Ponga a remojar la prenda en agua con detergente biológico durante una hora y lávela. Las manchas que tengan tiempo deben ablandarse con glicerina y después lavarse.

(B) Es necesario lavar la prenda inmediatamente con agua fría. En el caso de las manchas antiguas es conveniente lavarlas con agua tibia.

Cera

(A y B) En este caso es conveniente retirar el exceso de cera de la prenda. Los restos que quedan plánchelos, poniendo la tela entre dos papeles secantes (tenga cuidado con las telas sintéticas). Elimine los últimos residuos con un trapo mojado con bencina o alcohol, colocando la tela sobre una superficie absorbente. Después lave la prenda como acostumbra.

Tinta de bolígrafo

(A y B) Debe frotar la prenda directamente con una esponja impregnada con leche hasta que la tinta desaparezca.

Cerveza

(A) Este tipo de mancha generalmente se disuelve al lavar la ropa.

(B) Frote un poco de detergente sobre la zona dañada. Para las manchas que tienen tiempo es mejor cepillar con una mezcla de alcohol y agua.

Grasa de zapatos

(A) Es suficiente mojar la mancha con aguarrás y lavar.

(B) Además del aguarrás es necesario agregar un disolvente quitamanchas y después lavar.

Esmalte de uñas

(A y B) Limpie la prenda con quitaesmalte o acetona y después lave normalmente.

Frutas

(A y B) Procure lavar la prenda enseguida sólo con agua fría y después lávela normalmente.

Helado

(A y B) Lave con agua tibia, y si es necesario aplique un disolvente quitamanchas. Las fibras de acetato no soportan este tratamiento.

Chicle

(A y B) Frótela enseguida con un cubito de hielo y a continuación desprenda el chicle.

Grasa

(A) Generalmente se disuelve al lavar la ropa.

(B) En este caso cubra la mancha con talco o maicena, déjelo por algunas horas y después cepíllela.

Cuando se trate de ropa de trabajo muy manchada de grasa agréguele un refresco de cola al detergente que usa. Esta combinación hará que se desprendan las manchas pegadas.

Lápiz labial

(A y B) Con un paño remojado con alcohol disuelva la pintura y después lave con detergente.

Chocolate

(A y B) Se pueden eliminar lavando la prenda con agua templada y detergente biológico. Repita la operación si es preciso. Si aún así la mancha no desaparece, aplique sobre ella bencina o un quitamanchas.

Sangre

(A y B) En necesario lavar la prenda cuanto antes con agua fría, o ligeramente tibia, utilizando un poco de detergente. Si la mancha tiene tiempo, deje remojar la prenda en agua con detergente bioactivo o biológico toda la noche y después lávela.

Vino tinto

Sumerja la tela en un recipiente con leche, póngala a hervir y retírela del fuego. Deje reposar hasta que la mancha desaparezca por completo.

Sudor

(A) Se elimina fácilmente con el lavado normal.

(B) En este caso cepille con vinagre o alcohol diluido en agua.

Clara de huevo

(A y B) Lavar la prenda con agua fría. Si este método no da resultado, deje remojando la ropa de una a tres horas y después proceda a lavarla con un detergente bioactivo.

Yema de huevo

(A) Lave la prenda con jabón en agua tibia.

(B) Espere a que se encuentre bien seca. Posteriormente retire el exceso con la uña y lave la prenda con agua tibia.

Pasto

Cubra la mancha con miel natural, talle suavemente y después lave la prenda como acostumbra.

* *Nota: El disolvente quitamanchas y la bencina se pueden conseguir en tlapalerías.*

Graciela Muñoz

Fuentes: -ABC del Textil, Fundación Española Calitax para el fomento de la calidad y la información al consumidor.
-Mil y un consejos prácticos en la cocina, Mary Ellen Pinkham, Edit. Laser Press Mexicana, S. A. de C. V., 1981.

¡No se tropiece al elegir **zapatos**!

Elegir un par de zapatos es, aunque no lo parezca, una tarea delicada, pues además de la comodidad, el calzado debe tener varias cualidades, como una adecuada absorción de la transpiración, suficiente protección contra el frío y la humedad, así como una suela resistente y estructura sólida.

De preferencia de cuero

En vista de que en el mercado se comercializa una amplia variedad de marcas y modelos, un buen punto de referencia para adquirir zapatos de calidad es el tipo de material con el que están hechos.

El calzado cuyo «corte» o «forro» es de cuero ofrece múltiples ventajas al usuario.

El cuero es un material muy resistente, pero bastante suave; permite la transpiración, es decir, deja salir la humedad del sudor.

Además ofrece protección contra la humedad exterior, por lo tanto conjuga satisfactoriamente evaporación e impermeabilidad.

Es un material bastante térmico, siempre y cuando esté seco. Por el contrario, un zapato mojado se convierte en un conductor extremo del frío o del calor.

La suela sintética

A pesar de todas las cualidades del cuero, cuando se trata de elegir un par de zapatos para uso «rudo» es preferible adquirir calzado con **suela de caucho sintético**, el cual brinda excelentes ventajas:

Es impermeable, por lo que protege de la humedad al usuario si camina sobre un piso mojado; es más duradera que el cuero, y por ser una capa gruesa, el pie está bien protegido; también se adapta mejor a todo tipo de terreno pues los dibujos en relieve reducen el riesgo de resbalar.

Al comprar zapatos observe que...

Siempre asegúrese de que la talla y la horma sean las adecuadas: tenga en cuenta que la molestia, por mínima que sea, o el roce apenas perceptible pueden llegar a causarle escoriaciones o ampollas.

El calzado es una prenda de uso cotidiano, por ello debe ser cómodo y confortable; evite los zapatos ajustados o con tacones muy altos.

Para no incurrir en los errores más comunes al adquirir zapatos le recomendamos lo siguiente:

- Antes de comprarlos, dedique todo el tiempo que necesite para probárselos y verificar cómo se

siente con medio número mayor o menor al que solicitó.

- Es conveniente probarse los zapatos con calcetines o medias similares a los que use a diario.
- Nadie tiene una medida estándar, así que lo mejor es comprobar cómo se ajusta el zapato al pie y qué tan cómodo es.
- Es preferible medirse los dos zapatos y, si es el caso, atar las hebillas o cordones. Después pruebe a caminar con ellos. En ningún caso compre zapatos con los que no se sienta completamente a gusto.
- Los vendedores de las zapaterías suelen decir que el cuero «da de sí» pero esto no es cierto. Si compra un zapato que le aprieta un poco en el momento de la prueba, corre el riesgo de no poder usarlo, ya que le apretará mucho más después, cuando el pie, por efecto del calor o el cansancio, se hinche.
- No se dé por satisfecho hasta que haya comprobado la solidez del zapato que desea adquirir. Para ello nada mejor que «doblarlo», intentando juntar la punta con el talón para comprobar si la suela está bien cosida o pegada.
- Asegúrese de que el tacón esté bien sujeto apoyándolo en todos los sentidos. Si nota que se mueve, lo más probable es que se rompa rápidamente.
- No deje ir la oportunidad de comprarse unos buenos zapatos en las liquidaciones de los centros comerciales. Es frecuente que los proveedores ofrezcan zapatos de la temporada anterior rebajados, los cuales se encuentran en perfectas condiciones.
- Preste especial atención al calzado infantil. Los pies de los niños se están desarrollando y necesitan un soporte de excelente calidad. Si el pediatra le recomienda el uso de zapato ortopédico para corregir algún defecto, no compre otros sólo porque son más baratos o están de moda. Tampoco espere hasta el «último momento» para comprarle un nuevo par de zapatos al pequeño. El pie de los niños crece tan rápido que en pocos meses los zapatos le quedarán chicos y pueden lastimarle los pies al caminar (véase recuadro adjunto).

Miguel G. Prieto

Cómo elegir el calzado infantil

Igual que el resto del cuerpo, los pies del bebé experimentan un importante y rápido proceso de evolución: al principio la bóveda plantar o planta del pie es plana, rolliza y flexible; esta zona alcanza su crecimiento total hacia los 4 años de edad.

Este desarrollo también exige el uso de un calzado diferente en cada etapa, pero como regla general, los pies del niño deben disponer siempre de mucha libertad de movimiento. Además, los zapatos deben protegerlo del frío, de la humedad o de sufrir heridas; enseguida le ofrecemos algunos consejos:

- Durante los primeros 11 meses, los zapatos, e incluso los calcetines, no son algo absolutamente indispensable. Si se utilizan, deben ser flexibles, absorber bien la humedad y permitir que los dedos se muevan con entera libertad.
- Cuando el niño empieza a dar sus primeros pasos, el calzado debe ser tan flexible que no fuerce la posición natural de los dedos ni obligue al niño a caminar de puntillas.
- Hacia los 3 años, el calzado debe proporcionar un buen apoyo en el calcáneo (hueso del talón) para impedir que el pequeño balancee esta zona hacia el interior. El calzado debe ceñirse bien al talón y al empeine, mientras que los dedos deben disponer de espacio suficiente.
- El pie debe tener libertad de movimiento dentro del zapato, aunque esto no significa que deba existir una holgura excesiva. El zapato tiene que ajustar sin oprimir; las agujetas y las correas con hebilla o adheribles pueden ser de ayuda. Los modelos abiertos para las niñas tienen un aspecto elegante, pero no sujetan adecuadamente el pie.
- Casi todos los zapatos de calidad tienen una pieza arqueada de acero (sentido longitudinal) para dar solidez y comodidad a la marcha. Esta pieza no es visible, pero se puede corroborar su existencia curvando el zapato: sólo la puntera debe levantarse ligeramente; los zapatos que se doblan a la altura del talón son una mala opción de compra.
- Para los niños, la suela ideal debe ser de caucho bastante grueso, porque es suficientemente sólida y antiderrapante.
- Tómese el tiempo necesario para probarle varios modelos antes de comprar; de preferencia acuda a la zapatería por la mañana, ya que a esa hora del día los pies todavía no se hinchan.

¿Busca purificadores de aire?

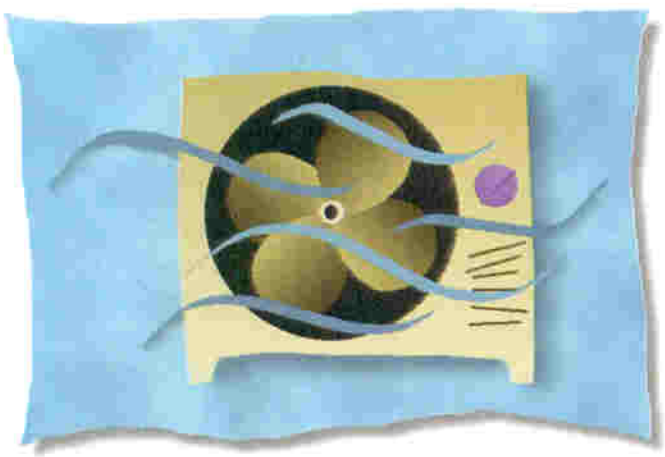
Día tras día aumenta la cantidad de personas que sufre molestias a causa de los elevados índices de contaminación del aire, situación que propicia la aparición de resfriados o alergias respiratorias, debido a que en los edificios o en las casas habitación es difícil renovar el aire.

Por lo anterior, de un tiempo a la fecha se ha intensificado la fabricación y comercialización de los llamados «purificadores de aire», aparatos cuya función es evitar la contaminación del aire en casas y oficinas.

Qué son los purificadores de aire

Se trata de dispositivos que por acción mecánica o eléctrica retienen en su interior algunas de las partículas contaminantes que se encuentran suspendidas en el ambiente.

Todas ellas son de tamaño microscópico -polvo, bacterias, humo de cigarro y hollín, entre muchas otras- y suelen apreciarse a simple vista cuando se encuentran en altas concentraciones en nubes de polvo, humaredas o tolvaneras.



Desafortunadamente, los purificadores de aire no pueden retener en sus filtros el monóxido de carbono ni de otros hidrocarburos comunes. Sin embargo, las partículas de 10 a 100 micras -como pelusas, polvo, aerosol y polen de plantas, entre otras- pueden ser retenidas por los filtros de espuma de poliuretano; para las partículas de hasta 0.3 micras se requiere un filtro especial, conocido como HEPA -de alta eficiencia, tipo seco-, elaborado con fibras muy finas y de alta densidad. En algunos purificadores se incluye en láminas plegadas para aumentar el área de filtrado.

Sin embargo, el HEPA no es eficiente para retener partículas de tamaño menor, como las de humos y gases.

Algunos aparatos incluyen filtros electrostáticos que, según su forma y tipo, pueden retener partículas de diferentes magnitudes. A pesar de ello, estos filtros no presentan una alta eficiencia para asimilar gases, razón por la cual a los purificadores se les añade una malla de carbón activado cuya función sólo es hacerlos menos perceptibles al olfato, pero no los retiene ni elimina.

¿Purificadores con ionizadores?

Generalmente, las moléculas de aire son eléctricamente neutras. Cuando un pequeño grupo de ellas se carga, positiva o negativamente, se denominan «iones». Los de carga positiva se acumulan antes de una tormenta debido al viento, y son neutralizados por las descargas eléctricas, como los rayos durante los días de lluvia. El resultado es una atmósfera limpia y libre de contaminantes.

Los equipos purificadores equipados con ionizadores operan de una forma similar. Así, en la atmósfera interior de una casa hay partículas negativas y positivas, y estas últimas son neutralizadas por los purificadores de aire equipados con sistemas de ionización, los cuales

al accionarse producen un efecto ambiental parecido al que se registra después de una tormenta.

En los aparatos equipados con este sistema, los iones con carga negativa son generados por corrientes de alto voltaje que se acumulan en determinada zona del purificador, y son liberadas por la acción del aire de los ventiladores cuando operan a velocidad baja o alta.

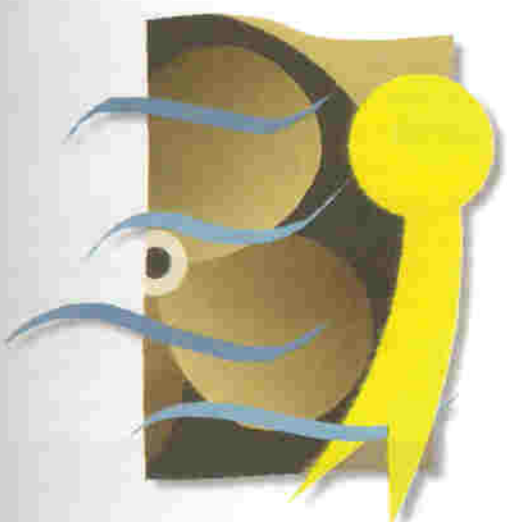
Vistazo al mercado

Los purificadores de aire se comercializan solamente en ciertas tiendas de autoservicio y en algunas especializadas. Los hay de diferentes modelos, funciones, características y precios.

Por ejemplo, el purificador de la marca **Bionaire** modelo *F-250* tiene un costo promedio(*) de $ 4,400.00; el modelo *F-150* cuesta $ 2,700.00; y el modelo *3895629* tiene un precio de $ 3,900.00. Estos aparatos por lo regular ofrecen garantía de un año.

Por otro lado, el purificador de la marca **Cloud 9** para oficina y hogar cuesta $ 3,100.00 en promedio y abarca un área de 18 m^2; otro de la misma marca tiene un precio promedio de $ 4,800.00 y cubre un área de 36 m^2; ambos ofrecen dos años de garantía.

El aparato marca **Klimanse** *B-125* es purificador y humidificador al mismo tiempo, y tiene un costo promedio de $ 3,300.00, abarcando un área de 70 m^2; otorga un año de garantía.



Philips modelo *K 9500* con filtro de poliuretano, filtro de carbón activado e ionizado, y un año de garantía tiene un costo de $ 3,300.00.

Algunas recomendaciones

Enseguida le ofrecemos algunas sugerencias que vale la pena considerar antes de la compra:

- Elija el purificador que le ofrezca la capacidad mínima requerida para la superficie que desea cubrir.
- En la tienda donde lo adquiera pregunte si venden los filtros -éstos se cambian aproximadamente cada seis meses-; si no es así, pida que le informen en qué lugar se consiguen.
- Solicite al proveedor que le explique claramente la forma de uso del aparato.
- Asegúrese de que le proporcionen el instructivo -redactado en español- de operación, seguridad, conservación y aprovechamiento.
- Lea con detenimiento la póliza de garantía; indague dónde la puede hacer efectiva. Recuerde que dicha póliza debe estar redactada claramente en idioma español, así como precisar la razón social y el domicilio del fabricante, la identificación del producto garantizado, la vigencia, los aspectos que cubre y las limitaciones.
- Por último, si algún proveedor o fabricante se niega a hacer efectiva su póliza de garantía, no dude en presentar su queja en la oficina de PROFECO más cercana a su hogar.

Miguel G. Prieto

(*) Precios promedio investigados en tiendas especializadas durante el mes de septiembre de 1996.

Radiolocalizadores: ¿qué tan útiles son?

Sueño de alquimistas y nigromantes es lo que estamos viviendo hoy en día gracias a las nuevas tecnologías de comunicación. Hasta hace tres décadas, ¿quién podría imaginarse que iba a ser posible recibir un mensaje a través de una cajita negra sujeta al cinturón? En nuestros días, medios de comunicación como Internet, los teléfonos celulares y los radiolocalizadores se han convertido en artículos comunes entre los consumidores.

Panorama de los radiolocalizadores en México

De pronto, al igual que todas las nuevas tecnologías que tienen aplicación en la vida cotidiana, los radiolocalizadores empezaron a abaratarse y a registrar un crecimiento vertiginoso en las ventas: en menos de una década pasaron de 42 mil aparatos receptores a 270 mil.

En el mercado hay tres grandes compañías: **SkyTel**, **Digitel** y **Biper**; del gran total casi 100 mil pertenecen a **SkyTel** -propiedad del grupo **Televisa**-, seguida por **Digitel** con 70 mil, **Radio Beep** con 35 mil, y el resto se distribuye entre **Biper** y **Alfa Beep**, entre las más importantes.

Sin embargo, al comparar la presencia de los radiolocalizadores móviles (*paging*) en otras latitudes, las disparidades son enormes: mientras en México sólo el 0.22 por ciento de la población tiene un aparato de este tipo, en Singapur lo usa el 30 por ciento de la población.

El ingeniero Joaquín García Pimentel, miembro de la Asociación de Concesionarios de Servicios de Comunicación Personal, comenta que «la gente que contrata un teléfono celular o el servicio de televisión por cable es la que tiene la capacidad económica para adquirir un *paging*. En México se encuentran funcionando 270 mil radiolocalizadores, existen 750 mil teléfonos celulares y hay más de un millón 500 mil suscriptores a la T.V. por cable. Mientras tanto, el servicio telefónico normal atiende aproximadamente a 9 millones de usuarios, cantidad que no tiene comparación con el número de personas que emplean el *paging*.

«Sin duda -continúa el ingeniero García-, el hecho de que todavía no se explote el mercado brinda posibilidades extraordinariamente atractivas para las 36 concesiones que participan en la subasta de frecuencias, de las cuales nueve son nacionales.

«Por ello se estima que la competencia podría desatar una **guerra de precios en favor del consumidor**, aunque por ahora aún estamos lejos de ver promociones semejantes a las del mercado celular, en las que regalan el aparato. También se espera la llegada de compañías asiáticas con productos más baratos, lo cual ayudará a que disminuyan los precios y se capte mayor número de usuarios».

La función de los radiolocalizadores

El principal objetivo de estos aparatos consiste en recibir mensajes instantáneos, y **las compañías se distinguen por ofrecer una amplia variedad de opciones** con diferentes tarifas.

Si a usted le interesa contratar este servicio debe saber que cada empresa comercializa los radiolocalizadores (no los rentan). Además cabe aclarar que **todas ofrecen el servicio las 24 horas del día, los 365 días del año y permiten un número ilimitado de llamadas**.

Por razones de espacio, a continuación presentamos solamente un ejemplo de los servicios que ofrece cada compañía (las tarifas corresponden a la segunda quincena de noviembre de 1996).

Si desea obtener mayor información puede comunicarse a la Asociación de Concesionarios de Servicios de Comunicación Personal, al teléfono 208-60-00.

SkyTel

Cobertura:

De acuerdo con las necesidades de cada consumidor, **SkyTel** ofrece cuatro tipos de servicio por cobertura:

- internacional (incluye 19 países)
- nacional (en 32 ciudades de la República Mexicana)
- multiplaza (incluye cuatro ciudades de la República Mexicana por cada región, con tres regiones como el DistritoFederal, Guadalajara y Monterrey)
- local (solamente en una ciudad: Distrito Federal, Guadalajara o Monterrey)

Cotización del servicio SkyTel

En cobertura local ofrece:

Un radiolocalizador **Motorola** *Gold Flex* o **NEC** *Index*:

- precio $ 1,750.00
- servicio mensual $ 215.00
- seguro mensual $ 16.00
- I.V.A. $ 297.00
- la activación está incluida en la compra del radiolocalizador

Características del radiolocalizador:

- 40 mensajes en memoria
- 30 mil caracteres
- notificación de mensajes (retiene los mensajes en la memoria aun cuando esté apagado)
- audible o vibratorio
- ocho tonos diferentes

Características del servicio:

- Recepción alfanumérica de mensajes (la clave para la recepción de mensajes puede ser numérica o por letras)
- Buzón de voz (sin intervención de la operadora, una máquina contestadora almacena los mensajes hasta que el usuario los escucha)
- Función despertador
- Lada 800 sin costo para las zonas de la región
- Programación de citas

Requisitos para la contratación del servicio:

- Copia de una identificación personal vigente
- Copia de su R. F. C.
- Copia de un comprobante de domicilio

En el caso de **SkyTel**, si el pago del servicio se realiza anualmente se otorga un 15 por ciento de descuento; si lo efectúa cada seis meses el descuento es de un 12 por ciento.

El seguro cubre la reposición del aparato en caso de robo o la reparación si se llega a averiar.

Cotización del servicio Alfa-Bip

Cobertura local:

Un radiolocalizador **Motorola** *Scriptor*

- precio $ 1,600.00
- activación $ 115.00
- pago trimestral por el servicio $ 387.00
- seguro anual (opcional) $ 180.00
- I.V.A. incluido

Características del radiolocalizador:

- memoria para 20 mensajes
- pantalla con dos líneas
- reloj con alarma y registro de fecha y hora de recepción de los mensajes
- alerta por tonos múltiples o vibración
- retención de memoria para no perder los mensajes al apagar el aparato
- protección y borrado individual de mensajes
- canal de noticias
- buzón de voz con notificación automática (opcional, con un costo de $ 150.00 trimestrales)

Características del servicio:

- servicio de agenda, hasta con tres meses de anticipación
- despertador diario o en fechas específicas
- archivo de mensajes hasta por siete días
- canal de noticias

Si el consumidor contrata el servicio anual obtiene un mes gratis. El seguro cubre robo, daños en pantalla o destrucción del radiolocalizador por un 70 por ciento, el 30 por ciento restante lo paga el consumidor.

Cotización del servicio Radiomensajes

Únicamente con cobertura local o área metropolitana:

Un radiolocalizador **Motorola** *Memo express*:

- precio $ 1,266.00 (incluye activación e I.V.A.)
- pago mensual por el servicio $ 126.00
- seguro anual (opcional) $ 120.00

Características del radiolocalizador:

- pantalla de un renglón de 16 caracteres
- iluminación de pantalla
- alarma programable
- retención de memorias al apagar el aparato
- alertas sonoras o silenciosas por vibrador

Características del servicio:

- recepción alfanumérica del mensaje
- alerta de recordatorio de mensajes pendientes
- despertador diario o en fechas específicas

Si realiza el pago anual recibe un mes de servicio de regalo. Por otra parte, el seguro cubre el 70 por ciento del radiolocalizador en caso de robo, pérdida o daño físico al mismo.

Cotización del servicio Digitel

Cobertura local:

Un radiolocalizador **Wide** *II Nec*:

- precio $ 1,995.00
- activación del servicio $ 115.00
- servicio mensual $115 o anual $ 1,380.00
- seguro anual (opcional) $ 120.00
- I.V.A. incluido

Características del radiolocalizador:

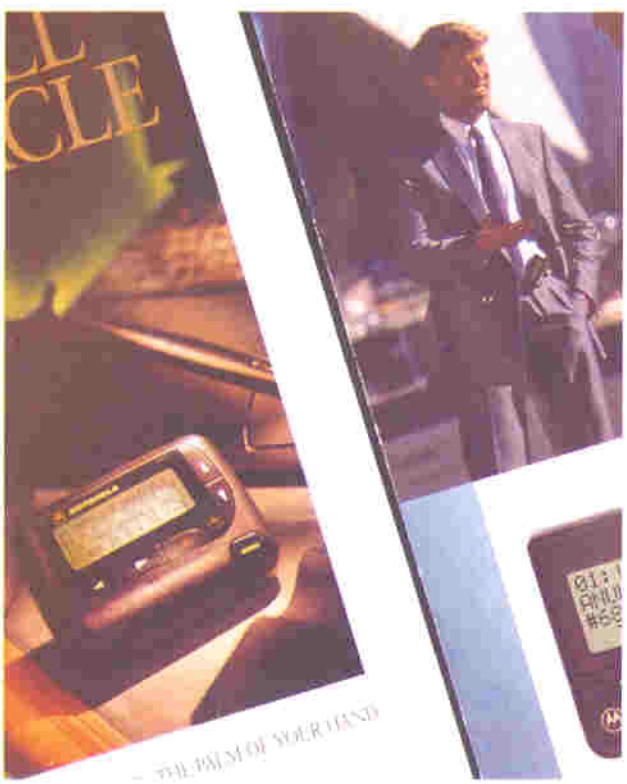
- memoria para 96 mensajes
- pantalla con cuatro líneas
- reloj con alarma y registro de fecha y hora de recepción de mensajes
- alerta por tonos múltiples o vibración
- retención de memoria para no perder los mensajes al apagar el aparato
- protección y borrado individual de mensajes
- canal de noticias
- buzón de voz con notificación automática (opcional)
- hora nacional y del extranjero

Características del servicio:

- servicio de agenda, hasta con tres meses de anticipación
- despertador diario o en fechas específicas
- archivo de mensajes hasta por siete días
- canal de noticias
- lada 800

Se aplica un descuento por pagos anticipados: si es trimestral asciende a un 5 por ciento, semestral es de un 10 por ciento y anual de un 15 por ciento. Los primeros 30 días de servicio son de cortesía.

Si el consumidor contrata el servicio anualmente obtiene un mes gratis. El seguro cubre robo, daños en pantalla o destrucción del radiolocalizador por un 70 por ciento, el 30 por ciento restante lo paga el consumidor.



Algunas recomendaciones

El potencial de comunicación del *paging*, que permite recibir mensajes en cualquier lugar y momento, así como los costos del servicio son un gran atractivo para el usuario; además, el actual crecimiento de la competencia y de la oferta derivará en un mejor precio.

- Cuando solicite el servicio indague si otorgan descuento por la contratación anual.
- Recuerde que no existe bonificación si usted rescinde el contrato.
- El costo del radiolocalizador está determinado por el número y la sofisticación de los servicios que brinda. Sin embargo su función primordial es **recibir mensajes**, todo lo demás solamente incrementa el precio y tal vez no le sea útil.
- Es conveniente que al comprar el aparato opte por asegurarlo.
- Cuando contrate un servicio de este tipo no olvide solicitar su comprobante de pago o factura porque en caso de reclamación es importante presentar dicho documento.
- Por último, recuerde que en materia de radiolocalizadores móviles no hay nada escrito: existe una gran variedad de opciones y de sorpresas. Pero en éste como en otros servicios, PROFECO es su asesor y abogado en consumo.

Miguel G. Prieto

Cómo comprar

Consejos para adquirir prendas de vestir

Para que usted haga una buena compra en materia de prendas de vestir le proporcionamos una guía práctica sobre cómo comprar, cuidar y conservar la ropa.

Naturales y sintéticas

Lo primero que deber saber es qué tipo de tela puede encontrar con mayor frecuencia en el mercado y cuáles son sus características.

Existen principalmente tres tipos de telas: las naturales, las sintéticas y una combinación de ambas.

Telas naturales

La lana es usual en la confección de trajes para caballero, suéteres, abrigos, calcetines, pantalones, es decir, en la ropa que generalmente se utiliza en temporada de invierno.

Su ventaja más importante es que permite «respirar» a las prendas, ya que deja salir la humedad y, por lo tanto, **guarda el calor**, lo que nos hace sentir más abrigados. **No se arruga** ni se le forman borlitas. Otra de sus virtudes es su **gran resistencia y elasticidad**, pues sus fibras se repelen de forma natural y vuelven a la posición original: ondulada y acolchonada. Los inconvenientes de las prendas de lana son su aspereza, que en algunas personas provoca picazón y alergia; también tienden a tomar un color amarillo y son vulnerables a la polilla si no se conservan debidamente.

El lino es una tela de fibra natural, **fresca**, resistente a la suciedad y de tacto agradable, no acumula electricidad estática y es resistente también a las rasgaduras.

Sus desventajas son que se arruga fácilmente y es poco elástica. Comúnmente se emplea en la manufactura de blusas, vestidos y trajes para la temporada de verano.

El algodón es una tela que se puede utilizar durante todo el año, porque cuando hace calor permite transpirar y es fresca, mientras que en temporada de frío es abrigadora; se recomienda su uso para personas de piel muy sensible porque no ocasiona irritación o alergias; asimismo es resistente al rasgado, no se apelmaza, no se apolilla, y no genera o desprende electricidad. Sin embargo tiende a encogerse y se arruga con facilidad.

Con el algodón se confecciona principalmente la ropa interior, prendas de mezclilla y pana, trajes de baño, etcétera.

Ahora mencionaremos las prendas elaboradas con **fibras sintéticas**.

El acrílico, a diferencia de la lana natural, es un subproducto del carbón que no se destiñe con el lavado común o la luz solar. Las prendas confeccionadas con este material no se deforman ni apelmazan con el lavado y planchado. Esta ropa puede guardarse de una estación a otra sin riesgo de deterioro porque sus fibras no son atacadas por la polilla ni el moho. El acrílico no deja salir completamente la humedad o transpiración al exterior, razón por la cual la persona se siente menos seca y abrigada.

El rayón, por su parte, es suave al tacto y absorbe rápidamente la humedad; tiene la desventaja de que es más débil que la mayoría de las telas y se arruga con facilidad. Se utiliza en la confección de prendas ligeras (blusas y vestidos); a veces se combina con lana para suavizar su tacto.

El *nylon* es la tela preferida para la manufactura de lencería, vestidos, medias, prendas de abrigo y suéteres. Este textil sintético es conocido por su fuerza, flexibilidad y resistencia al desgaste por el roce. Al combinarse con la lana aumenta su resistencia y permite conservar la forma de los suéteres.

El poliéster es otra fibra sintética muy utilizada en la industria del vestido: es una tela fuerte, resistente al estiramiento, al encogimiento y a las arrugas; retiene los pliegues y el tableado; es ligera y se carga fácilmente con electricidad estática.

El acetato tiene una apariencia lustrosa semejante a la seda; presenta buena «caída». Con él se elaboran prendas ligeras.

El modacrílico es una tela afelpada con la cual se confecciona ropa de dormir para niños. Es resistente a las arrugas, los productos químicos y al fuego; es de textura suave y conserva su forma.

El *spandex* se utiliza en la fabricación de corsetería, trajes de baño y prendas deportivas. Se caracteriza por ser fuerte, muy elástico, recupera siempre su forma original y es ligero.

Después de elegir la tela que más le conviene, es importante que observe los siguientes aspectos:

Recuerde que algunas telas tienen una aplicación de goma para aparentar mayor rigidez. Si desea **verificar la firmeza real** de la prenda, frote la tela

contra sí misma y observe si se desprende polvo blanco o goma, y si la tela pierde su rigidez.

Observe que las **costuras** sean lo **suficientemente fuertes**; para comprobarlo jale moderadamente las partes unidas por la costura; asimismo compruebe que no se encuentren fruncidas y verifique que haya costuras de refuerzo en los puntos de tensión.

Revise que los **dobladillos** estén **parejos** y los pespuntes estén rectos y no presenten interrupciones.

Verifique los siguientes detalles: si la tela es a cuadros, éstos deben coincidir, los cierres estar ocultos y ser durables, los botones bien sujetos, las puntas de los cuellos coincidir y las pinzas no deben levantarse.

Compruebe que las mangas y el corte de las piernas sean simétricos: para verificarlo doble las prendas por la mitad en el sentido más largo y compare las dimensiones.

Así se conserva la ropa

Lea las etiquetas para saber qué cuidados de lavado, secado y planchado requiere la prenda, lo que le permitirá mantenerla en condiciones óptimas.

Revise sus prendas después de haberlas usado, ya que algunas manchas pueden limpiarse fácilmente cuando aún están frescas.

Cuelgue su ropa en cuanto se la quite porque así conservará su forma; prefiera los **ganchos de madera contorneada**, pues le darán a la prenda la forma que necesita.

Antes de guardar la ropa en el armario **cuélguela cerca de una ventana abierta**, de esta manera eliminará olores.

Al colgarla **trate de dejar espacio entre una prenda y otra**, así evitará que se arruguen.

Al guardar sus prendas revise que las solapas de los cuellos y los bolsillos no estén doblados.

Verifique que en el closet no haya objetos o materiales que puedan **impregnar de olores desagradables** sus prendas.

Procure **conservar seco y fresco el lugar donde guarda la ropa**, porque la humedad y el calor facilitan la proliferación de moho, sobre todo si la ropa contiene almidón o es de algodón.

Cepille periódicamente sus prendas para eliminar polvo, pelusa y cabellos.

Nunca guarde la ropa sucia, porque las manchas se fijarán y será muy difícil eliminarlas, además de que esto puede atraer a las polillas.

Le recomendamos **no aplicar perfume, agua de colonia o desodorante directamente sobre las prendas**, ya que pueden decolorarse o deformarse.

Para que sus **suéteres** siempre conserven su forma original deben **guardarse** preferentemente **en cajones**, porque los ganchos tienden a deformarlos.

El lavado de las prendas es uno de los aspectos más importantes para su adecuada conservación, ya que cada tipo de tela requiere un proceso especial.

Las **telas de fibra natural** requieren los siguientes cuidados:

El algodón puede **lavarse a mano, en máquina** o **en seco**, y secarse con centrifugado. Con estas prendas pueden utilizarse blanqueadores, cloro o peróxido, aunque dichas sustancias pueden debilitar las fibras. Para alisarlas utilice la **plancha a una temperatura alta**.

El lino puede lavarse **en máquina, en ciclo regular, con agua tibia o caliente**, y plancharse con temperatura elevada. El lavado en seco puede ayudar a retener su color y su forma.

La lana debe lavarse en seco, excepto si la etiqueta indica «lavable en casa»; **los tejidos de punto** pueden **lavarse a mano** con jabón neutro y secarse sobre una superficie plana para evitar que se deformen.

Para la **ropa de fibras sintéticas**, las recomendaciones de lavado son las siguientes:

Es conveniente **lavar en seco** las **prendas de acetato** y utilizar la plancha tibia para evitar que se abrillanten.

La ropa hecha a base de **acrílico** debe **lavarse a mano o en máquina**, y para plancharla es necesario utilizar una temperatura baja.

Cuando se trate de **prendas de modacrílico**, si tienen pelo deben lavarse en seco, de lo contrario pueden lavarse en máquina con agua tibia, secarse a temperatura baja y usar la plancha ligeramente tibia.

En el caso de **ropa de *nylon* y poliéster** se debe **lavar a mano o en máquina**, requiere de poco o ningún planchado si se retira de inmediato de la lavadora y se tiende.

El rayón se recomienda **lavarlo tanto a mano como en máquina**, pero en ciclo delicado, con agua tibia, y utilizar la plancha casi fría.

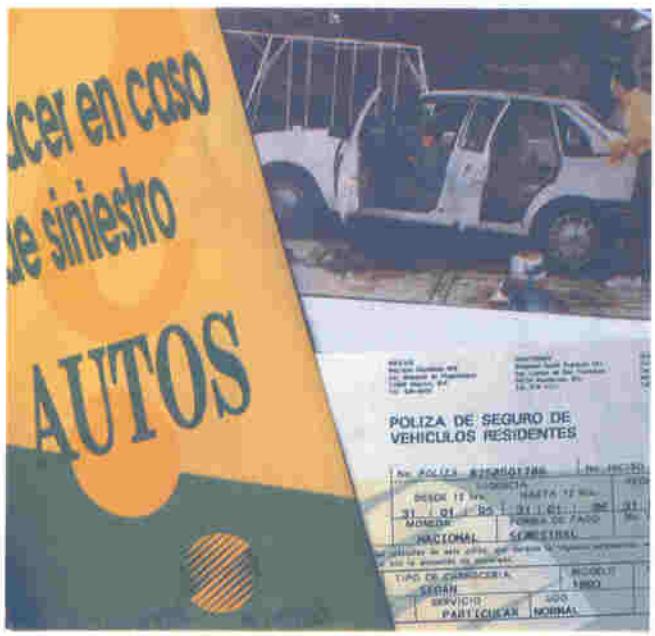
Para finalizar, las prendas confeccionadas con ***spandex* pueden lavarse a mano o en máquina con agua tibia** y secarse sin exprimir.

En todos los casos siempre es conveniente seguir las indicaciones que aparecen en las etiquetas de las prendas de vestir.

Graciela Muñoz

Fuentes:
• Coordinación General de Investigación. PROFECO.
• Entrevista con el ingeniero Gerardo Lastiri, director de Cotton Incorporated en México.
• Revista CCV, núm. 54, mayo de 1995, Santiago de Chile.
• Singer: Cuidado y renovación de la ropa. Edit. Limusa.

Viaje Seguro, con su seguro



¿Sabía que diariamente se verifican alrededor de 160 robos de automóvil tan sólo en el Distrito Federal? Sí, leyó usted bien; y precisamente debido a los altos índices de delincuencia y accidentes, la contratación del seguro automovilístico se ha convertido para muchas personas en sinónimo de protección de su patrimonio.

Sin embargo, en nuestro país todavía no se considera como una medida de precaución fundamental; el ejemplo más claro es la ciudad de México, donde sólo el 25 por ciento de los automóviles que circulan están asegurados. Esta situación es resultado principalmente del factor económico, ya que contratar un seguro constituye una inversión cuyo beneficio tal vez no se reciba nunca, pues ello depende de que ocurra algún percance desafortunado.

Usted elige

Diversas compañías ofrecen este servicio y usted puede elegir la que más se adapte a su presupuesto y a sus necesidades. Entre los paquetes y las coberturas más comunes están los limitados y los amplios, mismos que, dependiendo de la aseguradora, pueden tener diferentes modalidades.

Las **coberturas limitadas** son las que cubren la denominada «responsabilidad civil», es decir, en caso de accidente la aseguradora sólo se hace cargo de los daños que el vehículo pueda ocasionar a terceros o a sus bienes; en esta modalidad, en la póliza se establece el monto máximo que la compañía pagará por concepto de indemnización.

La otra cobertura que se incluye es la de gastos médicos a ocupantes, en la cual también se fija un monto que dependerá del número de personas que puedan viajar en el auto o la camioneta; en caso necesario dicha cantidad se repartirá entre los ocupantes para cubrir gastos de hospitalización, terapias o tratamientos.

Algunas aseguradoras agregan al paquete la cobertura de robo total, mediante la cual la compañía se compromete a indemnizar al asegurado con el precio comercial del vehículo en ese momento.

Además brindan el servicio de asistencia en viajes, que consiste en auxilio mecánico (si es necesario trasladar el auto a un taller) y protección legal (asesoría jurídica para el conductor y liberación del vehículo mediante el pago de una fianza).

Cobertura amplia: Como su nombre lo indica, este tipo de paquetes es el más completo y también el más caro, ya que ofrece cobertura en materia de: daños materiales provocados por colisiones, volcaduras, incendios y explosiones (cuando los daños superan el 50 por ciento del costo comercial del vehículo se considera pérdida total, por lo tanto la aseguradora pagará el costo del automóvil), robo total, responsabilidad civil y gastos médicos.

Cabe señalar que dentro de estos paquetes se encuentran los integrales amplios, que incluyen la alta protección y la extensión de la responsabilidad civil (esta última respalda al usuario cuando maneja un automóvil prestado, con características similares al suyo, y provoca daños a terceros).

Cláusulas adicionales: En las coberturas amplias, algunas aseguradoras agregan cláusulas extra, como es el caso de la PRIDE, que es la prima de vuelta, es decir, si el automóvil se reporta como pérdida total a causa de un siniestro, la compañía no le cobra el 5 por ciento del deducible y le devuelve el costo de la prima.

La cláusula CREA es únicamente para automóviles con menos de 10 mil kilómetros recorridos, y consiste en que si después de un siniestro el daño material del auto es equivalente al 15 por ciento de su valor comercial, la aseguradora le paga el precio total de la unidad.

Asimismo, con la cobertura del equipo especial se puede asegurar cualquier bien que haya sido adicionado al vehículo, como estéreo, bocinas, etcétera.

¿Cómo interponer una queja?

Con el fin de que usted proteja sus derechos como consumidor en la contratación de un seguro automovilístico, la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas tiene a disposición del público la Unidad de Atención a Quejas, que le proporciona orientación técnica y jurídica en forma gratuita, constituyéndose como una instancia de conciliación y arbitraje que garantiza a los consumidores que las aseguradoras cumplan con lo establecido en el contrato.

De acuerdo con el artículo 15 del Reglamento Interno de la Comisión, cuando una institución o sociedad mutualista de seguros deja de cumplir con una obligación, los afectados tienen derecho a presentar su reclamación llenando una cédula en la cual se mencionarán los pormenores de la queja, el nombre de la compañía con la cual se tiene la inconformidad, el número de póliza, la vigencia del contrato, el número de siniestro y se presentarán los recibos de pago.

A dónde acudir

La contratación de un seguro automovilístico se puede convertir en su mejor «aliado», sin embargo, si tiene alguna duda o inconformidad puede dirigirse a:

- En el área metropolitana de la ciudad de México acuda a la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, Unidad de Atención a Quejas: Insurgentes Sur núm. 1971, torre 2 norte, 1er. piso, Plaza Inn, delegación Álvaro Obregón, C. P. 01020. México, D. F., teléfonos 724-75-47 ó 724-76-91. Fax: 724-75-66.
- En el interior del país puede ir a cualquiera de las delegaciones regionales establecidas en:
- Guadalajara, Jalisco 91 (3) 616-45-60 91-800-36-425
- Hermosillo, Sonora 91 (62) 17-14-91 91-800-62-394
- Mérida, Yucatán 91 (99) 24-95-88 91 (800) 20-188
- Monterrey, Nuevo León 91 (8) 343-62-89 91-800 83-949
- Veracruz, Veracruz 91 (29) 31-03-76

Si usted prefiere enviar su reclamación por escrito o lo hace por vía telefónica, deberá dejar su número a fin de facilitar la comunicación. Una vez recibida la documentación, la Comisión iniciará el procedimiento para decidir si la reclamación es justa.

Antes de contratar...

- Antes de firmar el contrato exponga todas sus dudas al agente.
- Lea cuidadosamente cada una de las cláusulas del documento.
- Solicite al agente que le muestre su cédula de identificación expedida por la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, en la cual deberá aparecer su fotografía sellada y el número de autorización.
- Cada vez que realice un pago exija que le entreguen un recibo en el que conste el importe, ya que es requisito indispensable en caso de reclamación.
- Especifique exactamente contra qué desea proteger su automóvil.
- Compare precios y paquetes en diferentes aseguradoras.
- Si después de firmar el contrato detecta algún error, tiene 30 días a partir del momento en que recibió los documentos para pedir la rectificación en la aseguradora.
- Pague puntualmente las primas del seguro conforme a los periodos establecidos.
- Agote todas las instancias conciliatorias de la compañía antes de acudir a la Comisión.
- Recuerde que cualquier reclamación ante la Comisión deberá efectuarse en un plazo no mayor de dos años.
- Si su capacidad económica lo permite, contrate la cobertura de responsabilidad civil, ya que así se protegerá de los daños que usted pueda ocasionar con su automóvil.
- Pregunte al agente de seguros cuál es la vigencia y el lugar donde opera el seguro, ya que algunas aseguradoras lo hacen válido más allá de nuestras fronteras, especialmente en Estados Unidos y Canadá.

J. Alfredo Flores

Fuentes: -Comisión Nacional de Seguros y Fianzas.
-Compañías aseguradoras.
-Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros.

Tips

para quien desea ahorrar en el banco

Cuando recibe un ingreso adicional y su presupuesto familiar se lo permite, ¿dónde guarda su dinero: en un cofre, en el colchón, o en un recóndito lugar de la alacena? Enseguida le ofrecemos 13 consejos prácticos que le serán de utilidad si desea invertir sus ahorros en una institución bancaria.

Para elegir un plan de inversión adecuado a sus necesidades es conveniente considerar determinados factores como sus compromisos económicos (pago de créditos, gastos ineludibles o algunas otras inversiones) y sus planes a corto, mediano y largo plazos (educación, viajes, compra de bienes, etcétera). Es decir, tome en cuenta si puede depositar su dinero por más de 28 días (sin retirarlo), o bien, si requiere hacer retiros parciales constantemente, pues de ello dependerá el tipo de inversión que más le convenga.

Los bancos ofrecen distintas tasas de interés; para obtener el máximo provecho de su ahorro vale la pena comparar las diversas opciones. Lo importante es asegurarse de que dicha tasa se encuentre por encima del índice de inflación, pues en caso contrario la inversión se verá afectada porque la capacidad de compra de su dinero disminuye. Para conocer las tasas de interés y el nivel de inflación puede acudir directamente a los bancos o consultar la sección financiera de algunos periódicos.

En materia de ahorro o inversión no basta con una sola opinión: considere que cada asesor financiero se rige por la política de la institución bancaria que representa, por lo que siempre es recomendable comparar los instrumentos de inversión que le ofrecen los distintos bancos.

Cuando platique con el asesor financiero solicite información sobre los siguientes puntos básicos:

- tasas de interés fijas y variables
- plazos de inversión
- promedio de rendimiento
- días de depósito y retiro del capital
- trámites y costo de apertura
- saldo mínimo para iniciar la inversión
- tiempo en el que, si es el caso, podrá recibir su tarjeta o chequera
- fecha a partir de la cual podrá disponer del capital
- cuáles son los servicios que causan pago de comisión
- en caso de promociones y sorteos, explicación detallada sobre si implican cargos a su cuenta.

Antes de iniciar una cuenta de inversión compruebe a cuánto asciende el monto del que puede disponer según el plazo que usted haya elegido.

Analice qué modalidad le brinda el manejo más eficiente y cómodo de su dinero (cuenta maestra, cuenta de cheques con o sin pago de intereses, pagarés, etcétera).

Algunas instituciones bancarias le ofrecen un instrumento de inversión diseñado especialmente para niños, mediante el cual el menor recibe su propia tarjeta, su estado de cuenta mensual y gana intereses; lo único que necesita para solicitar esta cuenta es presentar identificación oficial del padre o tutor, comprobante de domicilio y hacer un depósito inicial mínimo de 200 pesos.

Asimismo hay cuentas para jóvenes, con las cuales pueden organizar sus gastos personales, además de ahorrar; por otra parte existen instrumentos de inversión que otorgan al beneficiario tarjeta de débito para el uso de cajeros automáticos, seguridad contra pérdida o robo, envío mensual del estado de cuenta, e información vía telefónica para consulta de saldos. La cantidad mínima de apertura varía en cada banco.

Existe una opción bancaria en la que con un peso usted puede iniciar su inversión: le otorgan tarjeta de débito para tener acceso a cajeros automáticos o usarla directamente en ventanilla, envío mensual de su estado de cuenta, y a partir de un saldo de 2 mil pesos el inversionista comienza a ganar intereses, además está exento del pago de comisiones y puede consultar su saldo vía telefónica.

Si lo que usted necesita es la disponibilidad inmediata de su dinero a través de una chequera y/o tarjeta de débito, hay un instrumento de inversión en el que sin pago por apertura tendrá acceso a sucursales y cajeros automáticos del banco de su elección y sistema red, designación de beneficiarios, manejo de un estado de cuenta único, pago de servicios y atención vía telefónica.

Si prefiere el uso de la chequera como medio de pago y transacción, algunos bancos le ofrecen la apertura gratuita de su cuenta con un saldo mínimo inicial que varía entre 500 y 1,000 pesos sin pago de intereses, o 3,000 pesos con pago de intereses, tarjeta de débito para tener acceso a cajeros automáticos, aceptación de cheques a nivel nacional, pago de servicios, estado de cuenta único, consulta vía telefónica, determinado número de cheques gratuitos (según la institución) y protección de sus recursos en caso de pérdida de su chequera.

Otra posibilidad son las Unidades de Inversión (UDIs), que son unidades de cuenta de valor real constante, con las que se pueden realizar créditos, depósitos y otras operaciones financieras. El valor de las UDIs el día de su establecimiento es igual a un peso, pero evoluciona en forma proporcional al Índice Nacional de Precios al Consumidor, y su actualización se publica todos los días en el *Diario Oficial de la Federación*.

La UDI es una unidad de cuenta, no una moneda. Por consiguiente, al constituirse una inversión en UDIs el inversionista entrega la cantidad equivalente en pesos, según el valor de la UDI al día en que se realiza la operación; el mismo principio se aplica al pago de intereses, que también se efectúa en pesos; además cabe destacar que la inversión mantiene su valor real, pues no se ve afectada por la tasa de inflación.

En caso de incumplimiento del contrato por parte de alguna institución bancaria usted puede interponer su queja en la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, ubicada en Insurgentes Sur núm. 1971, Torre Sur, colonia Guadalupe Inn. En el interior de la república puede acudir a la oficina regional correspondiente a su estado.

Lorena M. Romo

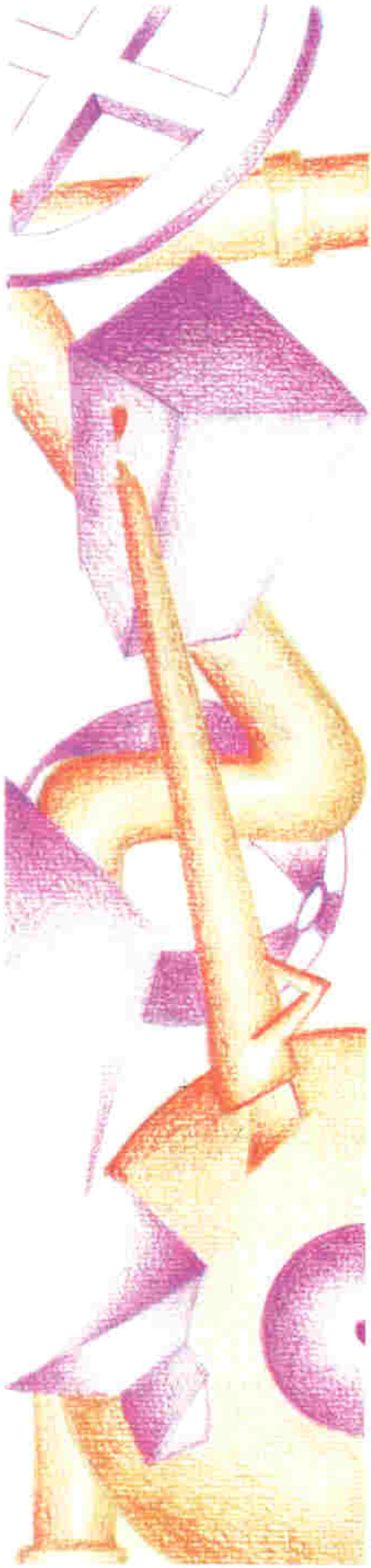
Si requiere más información sobre las distintas formas de ahorro y de inversión comuníquese a los siguientes teléfonos:

Banamex	225 30 00, del interior 91 800 90 383
Banco del Atlántico	626 10 00, del interior 91 800 62 610 00
Bancrecer	621 34 34, del interior 91 800 00 924
Bancomer	624 11 11, del interior 91 800 90 402
Banco Mexicano	629 39 39, del interior 91 800 00 530
Banpaís	326 06 26, del interior 91 800 70 900
Bilbao Vizcaya	201 22 22, del interior 91 800 90 980
Bital	721 31 00, del interior 91 800 703 87
Inverlat	728 11 11, del interior 91 800 90 187
Serfin	728 90 00, del interior 91 800 704 04

Fuentes: -Entrevista a Agustín Rodríguez Trejo, columnista de la Sección Financiera del diario Excélsior.
-Banco de México.
-Sondeo en bancos.

Greenpeace INFORMA

El PVC y su relación con el ambiente



Envases de agua mineral, contenedores, cajas transparentes para envolver alimentos, así como tarjetas de crédito, discos, juguetes, marcos de ventanas, puertas, paredes, revestimientos, bolígrafos y cortinas de baño son algunos de los productos fabricados con cloruro de polivinilo (PVC).

Sin embargo, esta industria ha empezado a causar preocupación entre los grupos ecologistas y las autoridades de diversos países, ya que en la fabricación del PVC es necesaria la utilización de cloro, un producto químico altamente reactivo que al combinarse con compuestos orgánicos (que contienen carbono) crea los «organoclorados», sustancias altamente peligrosas para el ambiente.

A pesar de lo anterior, en sólo unas décadas la industria química ha liberado millones de toneladas de organoclorados al ambiente; hoy día poco a poco están siendo eliminados y se ha prohibido su producción y uso.

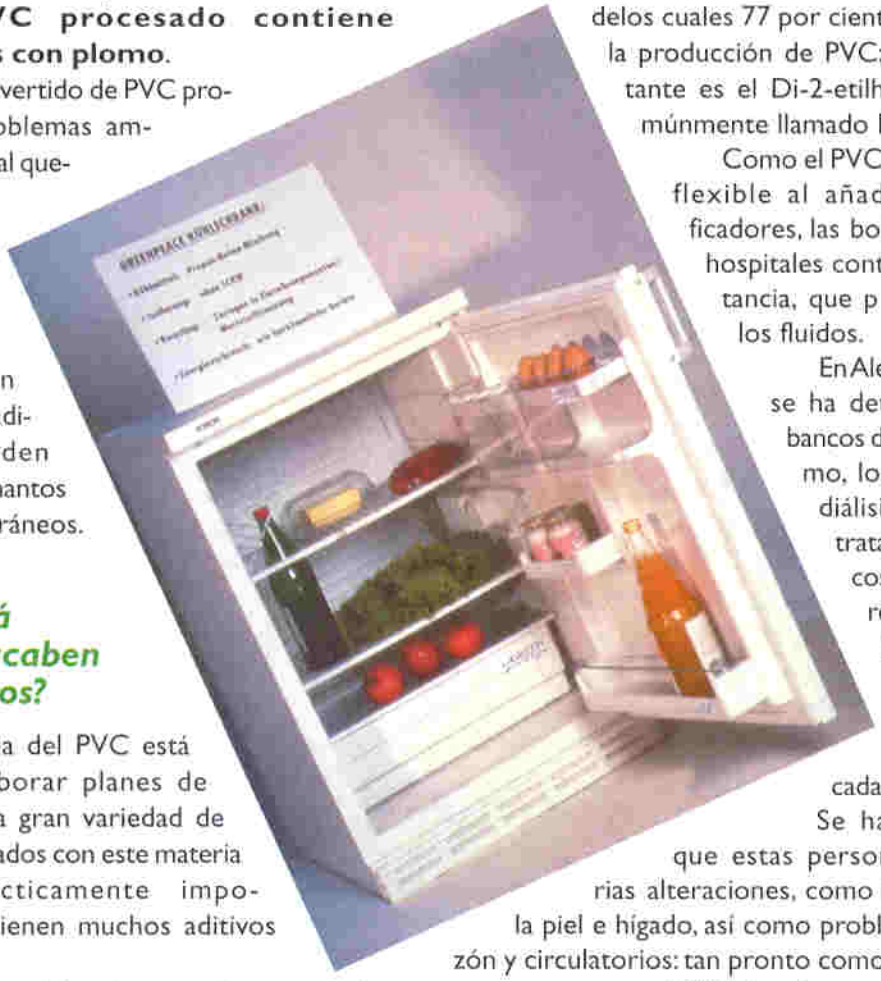
La realidad del PVC

Durante todo su ciclo de vida, el PVC ocasiona diversos problemas ambientales. La producción del polvo de PVC supone el transporte de materiales explosivos riesgosos y la generación de residuos tóxicos; además, como el PVC no puede utilizarse por sí solo como plástico, debe combinarse con diferentes aditivos químicos para ablandarlo, con metales pesados para endurecerlo o colorearlo, y con fungicidas para evitar que los hongos lo destruyan, lo cual lo hace todavía más contaminante y da lugar a la existencia de una gran industria tóxica secundaria.

También deben añadírsele otros productos químicos, como compuestos antiestáticos, abrillantadores, modificadores de impacto y antioxidantes.

Originalmente estos aditivos se desarrollaron para hacer del PVC un material comercial, pero ahora constituyen más del 60 por ciento del peso del producto final; por otro lado, **casi la mitad del PVC procesado contiene estabilizantes con plomo**.

Además, el vertido de PVC provoca serios problemas ambientales, ya que al quemarlo libera un gas ácido, así como dioxinas y otros organoclorados, y si se entierra, con el tiempo libera aditivos que pueden contaminar los mantos acuíferos subterráneos.



¿Qué pasará cuando se acaben los vertederos?

La industria del PVC está intentando elaborar planes de reciclaje, pero la gran variedad de productos fabricados con este materia lo hace prácticamente imposible, pues contienen muchos aditivos diferentes.

Hasta hace algún tiempo, diversos tipos de organoclorados o "alquitranes" solían ser vertidos desde barcos e incinerados en el mar. Actualmente, debido a la prohibición mundial sobre incineración marina, acordada en 1990, **los residuos son incinerados en tierra generando el mismo tipo de emisiones tóxicas**.

Sin embargo, no todos los residuos se incineran o entierran; a través de un proceso denominado "clorólosis", aproximadamente un tercio de estas sustancias se convierten en nuevos productos clorados que de alguna manera dispersan más emisiones tóxicas a la atmósfera, suelo y agua.

Acciones para reemplazarlo

La utilización del PVC en la vida moderna es una realidad: sectores como el de la construcción, el automotriz, el médico, entre otros, hacen uso de este material para la fabricación de diversos productos.

Es precisamente **en el campo médico donde causa mayor preocupación el uso del PVC**; en Europa occidental anualmente se utiliza más de un millón de toneladas de plastificadores, delos cuales 77 por ciento se destinan a la producción de PVC; el más importante es el Di-2-etilhexilftalato, comúnmente llamado DEHP.

Como el PVC sólo puede ser flexible al añadírsele plastificadores, las bolsas y tubos de hospitales contienen esta sustancia, que p uede migrar a los fluidos.

En Alemania, el DEHP se ha detectado en los bancos de sangre; asimismo, los pacientes de diálisis sometidos a tratamientos crónicos y transfusiones regulares con tubos de PVC reciben grandes niveles de DEHP en cada tratamiento.

Se ha descubierto que estas personas sufren varias alteraciones, como irritaciones de la piel e hígado, así como problemas del corazón y circulatorios: tan pronto como dejan de estar en contacto con el PVC los síntomas mejoran, volviendo a empeorar al renovarse el contacto.

La Sociedad de Enfermedades Crónicas del Riñón en Alemania declaró que la presencia de plastificadores en bolsas y tubos no es necesaria, por lo que por el bien de los pacientes debe evitarse.

A pesar de la amplia gama de artículos que se fabrican con PVC, el organismo ecologista *Greenpeace* concluye en sus análisis que los productos alternativos al PVC, como la madera, piedra y metal, son de calidad superior. Un ejemplo de lo anterior lo constituye la ciudad alemana de Bielefeld donde, después de un debate en junio de 1987, se decidió prohibir la utilización de PVC en todos los edificios públicos; la sustitución no resultó costosa ni difícil para las autoridades de dicha ciudad, por lo cual otras poblaciones alemanas la imitaron.

Vanessa Prieto

Fuente: Greenpeace.

¿Qué marca de rastrillos y hojas de afeitar prefiere?

En virtud de la amplia y variada oferta de rastrillos y hojas de afeitar que existe en el mercado, el Laboratorio de Pruebas de Calidad de PROFECO puso «bajo la lupa» a **28 modelos** de estos productos,correspondientes a las **seis marcas** más representativas, ello con el propósito de evaluar su calidad y ofrecerle información objetiva y útil que le ayude a normar su criterio de compra.

¿Qué tipo de productos se analizaron?

El estudio incluye el análisis de **28 modelos** -de los cuales 12 son nacionales, 15 de importación y uno no presentó país de origen- correspondientes a las **seis marcas** más representativas del mercado; asimismo se aplicó un total de **mil 875 pruebas** para su análisis y evaluación, además de entregar **3 mil 500 muestras a igual número de personas**, quienes participaron en un «panel de consumidores» para determinar la eficiencia del rasurado.

Los detalles sobre los modelos analizados por tipo de rastrillo son:

Hojas de doble filo: se analizaron dos modelos nacionales de acero inoxidable; y tres modelos con recrubimiento de cromo y platino.

Máquinas desechables: se sometió a prueba un modelo de hoja sencilla importada; 10 modelos de hojas gemelas, de los cuales tres fueron nacionales, seis importados y uno no presentó país de origen; un modelo para dama con banda lubricante, de importación; y tres modelos para hombre con banda lubricante, dos nacionales y uno de importación.

Sistemas: se estudiaron ocho modelos, de los cuales tres fueron nacionales y cinco de importación.

Las marcas analizadas fueron: **Bic**, **Gillette** (pirata), **Gillette**, **Lord II**, **Perma Sharp** y **Schick**.

¿Qué aspectos se evaluaron?

Las pruebas aplicadas a cada producto sirvieron para calificar los siguientes aspectos:

- Información al consumidor
- Acabados
- Filos dañados
- Paralelismo de hojas
- Fuerza de retención mango-cartucho
- Recubrimiento de teflón
- Recubrimiento cromo y/o platino
- Retención de hoja
- Dureza en el filo
- Oxidación de hojas

Los resultados obtenidos por cada marca y tipo de rastrillo se muestran en las siguientes tablas. Si usted requiere más detalles sobre esta investigación lo invitamos a visitar nuestras oficinas ubicadas en Alemania núm. 14, colonia Parque San Andrés, en el Distrito Federal; o bien, llámenos al 559-23-03 ó 575-56-20, donde con gusto lo atenderemos.

Recomendaciones...

...de compra

- •Adquiera el rastrillo de su preferencia en lugares establecidos, como tiendas especializadas o de autoservicio, ya que si lo compra en puestos ambulantes, tanto su calidad como su procedencia son dudosas y podrían poner en riesgo su salud.
- •Verifique que el empaque del producto esté sellado y tenga la marca legible. Esto le dará la seguridad de que es nuevo.
- •Antes de efectuar su compra analice qué producto le conviene adquirir; indague el tiempo de duración de las hojas; si se trata de una máquina de hojas intercambiables es necesario considerar el precio de los repuestos que emplea.
- •Si tiene la barba «cerrada» le conviene utilizar una máquina con hojas dobles y cabeza móvil.
- •Si no está acostumbrado a enjabonarse la cara antes de afeitarse, pero sí se la humedece, las máquinas con banda lubricante le serán de mayor utilidad.
- •No adquiera imitaciones, ya que los productos «pirata» reproducen en forma deficiente la calidad del rastrillo original, aun cuando presenten los logotipos o la información al consumidor. Estas precauciones evitarán que adquiera productos con baja o nula calidad técnica y/o sanitaria.

...de uso

- •El rastrillo es un artículo de uso personal: nunca lo preste ni lo pida prestado, así evitará contraer alguna enfermedad.
- •Si emplea sistemas con cartucho intercambiable, ajuste correctamente el cartucho al mango.
- •Deslice el rastrillo hacia el lado contrario al crecimiento de la barba para obtener una rasurada más eficiente, siempre procure remojar su barba previamente con jabón, crema o espuma de afeitar.
- •Limpie el rastrillo bajo el chorro del agua después de cada afeitada; sacuda el exceso de agua para evitar que la suciedad se acumule en las navajas.
- •Evite que el rastrillo esté en contacto con el agua por mucho tiempo.
- •Si observa signos de oxidación en las navajas de un rastrillo nuevo, no lo compre.
- •Cuando las hojas de su rastrillo ya no corten bien o la banda lubricante se desgaste, cámbielo cuanto antes.
- •Procure no dejar jabonadura entre la mano y el rastrillo para evitar que la máquina se resbale y pueda provocarle un accidente.
- •Si durante y después de la afeitada siente irritación en la piel, quizá se deba a que las hojas ya estén gastadas.

...para conservar su rastrillo

- •Después de usar su rastrillo, deje correr el agua a través de las hojas metálicas para eliminar el exceso de jabón.
- •Sacuda enérgicamente el producto para eliminar los residuos de vellos y jabón, pero procure no golpear los filos de las navajas.
- •Guarde su rastrillo en un lugar seco y fuera del alcance de los niños; si es posible, colóquele el protector de plástico para las navajas.
- •Colóquelo siempre con las hojas metálicas hacia abajo.
- •Evite tocar las hojas metálicas para no dañar el filo.

Sugerencias para antes, durante y después de la afeitada

- •Lave su cara y cuello con agua caliente y jabón antes de afeitarse y enjuáguese perfectamente. Recuerde que después del baño la barba se suaviza y es más fácil rasurarla.
- •Enseguida aplique gel o espuma de afeitar sobre su cara húmeda y espere dos minutos para que los lubricantes penetren en su piel y las hojas se deslicen suavemente.
- •Al afeitarse haga movimientos suaves, sin ejercer mucha presión, primero en dirección del crecimiento de la barba y después en contra.
- •Es recomendable rasurar primero las partes más suaves del rostro -como las mejillas-, posteriormente la barbilla y el cuello, y por último el bigote.
- •Al terminar enjuague su cara y cuello con agua fría para cerrar un poco los poros de la piel. Seque perfectamente la zona y luego aplique alguna crema líquida para rehidratar su rostro.

Tipos de rastrillos

Rastrillo de cartucho doble hoja (hoja gemela) con cabeza fija e intercambiable: proporciona un rasurado más eficiente gracias a que posee dos hojas que permiten perfeccionar la afeitada; en las pruebas se detectó que hay vellos que no se cortan de una sola «pasada», sino que solamente se estiran. La segunda hoja cumple dos funciones: cortar los vellos que son estirados durante el corte de la primera hoja, y rasurar aquellos que no cortó la primera.

De banda: los cartuchos con banda lubrisuave mejoran el afeitado, pues dicha banda está fabricada a base de un material humectante que reacciona con el agua y segrega una sustancia que lubrica la piel.

De cabeza móvil: con la finalidad de hacer el rasurado aún más al «ras» se pensó en desarrollar un rastrillo que permitiera un mayor contacto con la piel, mejor control, seguridad y comodidad, lo cual dio origen a los modelos de cabeza móvil. Algunos cartuchos pueden tener banda lubricante y hojas gemelas flotantes, y entre sus ventajas destacan:

- La cabeza móvil se adapta mejor al contorno de su cara.
- Las hojas gemelas montadas sobre muelles independientes brindan una rasurada más cómoda y segura (ya que se adaptan a las imperfecciones del rostro sin dañarlo).
- Los cartuchos son recargables y fáciles de cambiar.
- La banda lubrisuave humecta la piel después de realizar el corte.
- El mango antideslizante proporciona un mejor «agarre».

Sistemas con cabeza móvil, hojas gemelas flotantes, banda lubricante y microtensores: además de contar con todas las ventajas antes mencionadas, este sistema tiene una banda de microtensores flexibles cuya función es estirar suavemente la piel, provocando que el vello salga aún más, lo cual permite que las dos navajas corten al «ras».

Rastrillo desechable de una y doble hoja: entre sus beneficios podemos considerar:

- son prácticos y desechables
- su precio es accesible
- son fáciles de limpiar
- se comercializan en casi todos los establecimientos
- son cómodos de manejarse
- no hay que cambiar navajas
- son resistentes a las caídas.

Máquinas desechables

Marca	Modelo	Características	País de origen	Información al consumidor	Acabados	Durabilidad en las hojas	Durabilidad en el cuerpo del rastrillo	Recubrimiento de las hojas	Eficiencia del rasurado	Precio ($)	Evaluación global de calidad
Bic	Bic Shaver Piel Sensible	Hoja sencilla	E. U.	Completa						**2.90** (blister de 2 pzas.)	100
Gillette	Prestobarba Max	Hoja gemela con mango extralargo	México	Completa						**9.90** (blister de 2 pzas.)	100
Perma sharp II	Permasharp II	Hoja gemela	México	Completa						**2.80** (blister de 2 pzas.)	100
Gillette	Prestobarba	Hoja gemela	México	Completa						**9.30** (blister de 2 pzas.)	100
Bic	Twin Select Piel Sensible	Hoja gemela	Grecia	Completa						**6.80** (blister de 2 pzas.)	100
Bic	Twin Pastel Piel Delicada	Hoja gemela, para dama	Grecia	Completa						**16.00** (blister de 5 pzas.)	100
Gillette	Prestobarba Max Plus	Hoja gemela con mango extralargo y banda lubricante	México	Completa						**4.65** (blister de 2 pzas.)	98
Schick	Slim Twin	Hoja gemela con botón limpiador	E. U.	Completa						**6.90** (blister de 2 pzas.)	96
Gillette	Prestobarba Plus	Hoja gemela con banda lubricante	México	Completa						**9.10** (blister de 2 pzas.)	96
Gillette	Daisy Plus	Hoja gemela con banda lubricante para dama	E. U.	Completa						**9.90** (blister de 2 pzas.)	94
Schick	Ultrabarba	Hoja gemela con botón limpiador	Venezuela	Completa						**5.90** (blister de 2 pzas.)	79
Bic	Twin Select Piel Normal	Hoja gemela	Grecia	Completa						**6.50** (blister de 2 pzas.)	70
Lord II	Twin Blades	Hoja gemela	Egipto	Incompleta						**10.00** (blister de 10 pzas.)	64
Schick	Ultrabarba Piel Sensible	Hoja gemela con banda lubricante y botón limpiador	Venezuela	Completa						**6.90** (blister de 2 pzas.)	61
Gillete (pirata)	Prestobarba	Hoja gemela	No presenta	Incompleta						**10.00** (blister de 2 pzas.)	36

Sistemas

Marca	Modelo	Características	País de origen	Información al consumidor	Acabados	Durabilidad del cartucho	Durabilidad del cuerpo del rastrillo	Recubrimiento de las hojas	Eficiencia de la rasurada	Precio ($)	Evaluación global de calidad
Gillete *	Sensor Excel	Cabeza móvil, hojas gemelas flotantes y banda lubricante, microtensores y mango con sistema Flexigrip	E. U.	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	31.50 (1 cartucho)	100
Gillette *	Sensor p/hombre	Cabeza móvil, hojas gemelas flotantes y banda lubricante	E. U.	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	21.50 (1 cartucho)	100
Gillette	Atra	Cabeza móvil	México	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	15.50 (2 cartuchos)	100
Gillette	Trac II Plus	Cartucho intercambiable c/cabeza fija y banda lubricante	México	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	24.50 (2 cartuchos)	98
Gillette	Atra Plus	Cabeza móvil c/banda lubricante	México	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	15.50 (2 cartuchos)	98
Gillette *	Sensor p/mujer	Cabeza móvil, hojas gemelas flotantes y banda lubricante con mango ancho	E. U.	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	33.00 (2 cartuchos)	98
Schick	Ultrex	Cartucho mixto p/cabeza móvil/fija c/botón limpiador	Venezuela	Completa	☺	☺	☺	☺	☺	18.90 (6 cartuchos)	96
Schick	Ultrex Piel Sensible	Cartucho mixto p/cabeza móvil o fija y banda lubricante con botón limpiador	Venezuela	Completa	☺	😐	☺	☺	☺	37.90 (1 cartucho)	92

*Nota: La eficiencia del rasurado en estos productos está muy por encima del nivel de los otros sistemas, por lo que fueron evaluados con otra escala.

Hojas doble filo

Marca	Modelo	Características	País de origen	Inform. al consumidor	Durabilidad	Recub. de las hojas	Efic. de la rasurada	Precio ($)	Evaluación global
Gillette	Super Thin Mejorada	Acero Inoxidable	México	Completa	☺	☺	☺	14.50 (5 hojas)	100
Gillette	Chromium	Con cromo y/ o Platino	México	Completa	☺	☺	☺	11.60 (5 hojas)	100
Gillette	Platinum	Plus con Cromo y/o Platino	México	Completa	☺	☺	☺	11.60 (5 hojas)	100
Perma-sharp	Doble filo	Acero Inoxidable	México	Completa	☺	☺	☺	6.50 (5 hojas)	85
Schick	Super ras	Con Cromo y/o Platino	Venezuela	Completa	😐	☺	😐	15.50 (5 hojas)	61

☺ Excelente ☺ Bien 😐 Regular ☹ Deficiente

¿Por qué las dietas para adelgazar no funcionan?

Con motivo de la llegada del Año Nuevo, la mayoría de las personas se propone modificar algunos hábitos, o bien, iniciar el desempeño de ciertas actividades. Sin duda, uno de los propósitos más comunes es someterse a un régimen alimenticio para bajar de peso.

Desafortunadamente, una gran parte de las dietas parece no tener el efecto deseado; entonces nos formulamos la siguiente pregunta: ¿por qué las dietas no siempre funcionan? Para despejar esta interrogante, la **Revista del Consumidor** se entrevistó con los especialistas en la materia a fin de conocer cuáles son los motivos que hacen fracasar las dietas.

Una razón «de peso»

La proliferación de las dietas para adelgazar es innegable: las que crearon «médicos famosos», las que siguen las «grandes estrellas» del espectáculo, las «cien por ciento naturales», las que se rigen por las fases de la luna, sin olvidar la de la abstinencia.

Sin embargo, el sobrepeso casi siempre tiene su origen en los malos hábitos alimenticios y el estilo de vida.

«El principal factor del desarrollo de la obesidad es el consumo alimenticio -afirma la nutrióloga Lorena Ruíz Jiménez, dietista del Departamento de Educación Nutricional del Instituto Nacional de la Nutrición «Salvador Zubirán»-, pero existen otros, como las alteraciones en la tiroides, aunque sólo el 3 por ciento de las personas que padecen de obesidad tienen ese problema.

«Investigaciones realizadas en esta institución han revelado que el **66 por ciento de la población padece algún grado de obesidad**, por ello es importante prevenir el sobrepeso y así evitar otros males asociados, como la diabetes o la hipertensión.

«Además, el exceso de peso desencadena alteraciones de tipo psicológico porque los gor-

dos, sobre todo los niños en el ámbito escolar, generalmente son objeto de burla.

«Conforme aumenta la edad -explica Lorena Ruíz-, las personas afectadas modifican sus relaciones con los demás, pues se tornan agresivas y se aíslan, padecen depresiones y estrés, además de que aumenta el riesgo de que sufran alteraciones crónico-degenerativas y afecciones respiratorias y digestivas, entre otros problemas».

Por otro lado, la nutrióloga e investigadora del Instituto Nacional de Perinatología, Martha Kaufer Horwitz, explica: «**La obesidad** es el aumento del tejido adiposo que se acumula en el cuerpo en una proporción mayor a la normal, y ello sucede **cuando una persona consume más energía de la que gasta.**

«Sin duda, esta enfermedad es una de las más difíciles de tratar porque se relaciona con muchos aspectos: genéticos, emocionales, biológicos, ambientales y de hábitos. De ahí que **el tratamiento de la obesidad deba ser integral y permanente**, para evitar que la persona vuelva a subir de peso».

Lo que no funciona de las dietas

«**El problema con la mayoría de las dietas** -menciona la especialista y también vicepre-sidenta del Colegio Mexicano de Nutrición, Martha Kaufer- **es que no son personalizadas**, se recomiendan para todos sin conocer a fondo el origen del sobrepeso.

«Por otro lado **son demasiado rígidas**: por lo regular sugieren el consumo de productos costosos que no cumplen con los principios básicos de la buena nutrición, es decir, la variedad y el equilibrio entre los nutrimentos.

«Otro rubro en el que hay que tomar precauciones son las clínicas para bajar de peso -continúa nuestra entrevistada-, porque no todas incluyen un programa integral para el tratamiento de la obesidad, y aunque hay establecimientos muy serios y con buenas alternativas, hay otros que utilizan **técnicas médicamente inaceptables, como prescribir medicamentos o compuestos peligrosos**.

«Además, a estas clínicas no sólo acuden personas obesas -afirma Martha Kaufer-, sino también quienes tienen uno o dos kilos de más, y se someten a programas dirigidos a sujetos con sobrepeso de más de diez kilos.

«Asimismo, **el consumidor debe estar muy atento con los programas dietéticos que incluyen medicamentos**; yo considero que **ningún tratamiento para reducir de peso debe incluirlos**, ya que la utilización de **anfetaminas, diuréticos, laxantes y hormonas es muy peligrosa**, y más aún si no se conoce el estado de salud del paciente. Los fármacos deben ser indicados únicamente por el médico, quien determinará si son necesarios debido a un padecimiento y **no para reducir de peso por sí mismos**».

Al respecto, Lorena Ruíz refiere: «**El error de la mayoría de las dietas es que, como se señaló anteriormente, exigen la ingestión de un solo alimento**, por ejemplo carbohidratos, cereales, proteínas o únicamente frutas y verduras; desde luego que al seguir un régimen alimenticio como los mencionados, muchas personas reducen de peso, pero ello no obedece a que la dieta sea la adecuada, sino a que de alguna manera están **modificando su alimentación**».

De la amplia variedad de productos para adelgazar, como es el caso de polvos, suplementos o productos preparados, su consumo resulta innecesario, pues mientras se lleve una alimentación balanceada se obtendrán todos los nutrimentos.

Por otro lado, ambas especialistas señalan que **no se debe confiar mucho en los productos o programas que prometen reducir dos o tres kilos en una semana**, ya que son engañosos, porque la pérdida de peso es aparente, pues lo que se elimina no es tejido adiposo sino agua.

Con el fin de tener una idea más clara de lo que implica bajar de peso se debe considerar que **para eliminar medio kilo de grasa en una semana se requiere disminuir 3 mil 500 kilocalorías**, es decir, disminuir 500 kilocalorías al día. Si se considera que un adulto tiene que consumir entre mil 800 y 2 mil 500 kilocalorías diarias, res-

tarle esas 500 a su consumo diario sería mucho, lo cual tal vez le permitiría perder medio kilo de peso en dicho lapso.

Cómo debe ser una dieta para adelgazar

En virtud de que la mayoría de las dietas que se promueve comercialmente no cumple su cometido porque se dirige **sólo al aspecto estético más que al tratamiento de la obesidad como enfermedad**, veamos cuáles deben ser las características que tiene que cumplir una dieta sana y efectiva.

«Cualquier dieta que se siga con el fin de combatir la obesidad debe **atacar las causas, que son la mala alimentación, el sedentarismo y ciertas conductas psicológicas**», afirma Martha Kaufer.

«La alimentación debe tener las mismas cualidades de una dieta sana, con la única variante de ser **baja en calorías**, es decir, hipoenergética (baja en energía)».

Bajo este principio, la **dieta sana debe ser variada** (que incluya alimentos de todos los grupos), **completa** (que aporte todos los nutrimentos), **adecuada a las necesidades de cada persona** (según edad, estatura y complexión), **e inocua** (que no cause daño a la salud), y por supuesto, que no afecte su presupuesto.

«Por otro lado -asevera la especialista-, el consumidor debe tener en mente que **todos los alimentos proporcionan energía**, pero **sólo el exceso es el que provoca la obesidad**; sin embargo, todos los nutrimentos son necesarios para que el organismo pueda llevar a cabo eficientemente sus funciones.

«**El secreto está en disminuir el consumo de aquellos alimentos que contienen una mayor cantidad de calorías**, y ello se puede saber si se considera que mientras **un gramo de hidratos de carbono (en alimentos como tortilla, arroz, papa, avena y trigo) proporciona 4 kilocalorías, un gramo de proteínas (como frijol, lenteja, haba, soya y todos los alimentos de origen animal) también aporta 4 kilocalorías, pero un gramo de grasa (como aceites, manteca, mantequilla, tocino y crema) ¡proporciona 9!**

«En relación con el sedentarismo -continúa Martha Kaufer- es conveniente **hacer ejercicio**, y no necesariamente acudiendo a un gimnasio: usted puede llevar a cabo un programa para practicar deporte en casa o en algún deportivo cercano al lugar donde vive o trabaja, e incluso basta con aumentar la actividad física cotidiana, por ejemplo, subir las escaleras en lugar de utilizar el elevador, caminar algunas cuadras antes de llegar a casa o al salir del trabajo, en fin, buscar opciones para estimular el gasto energético.

«Finalmente se debe incidir en el **terreno psicológico** mediante técnicas de modificación del comportamiento que permitan identificar cuáles son los aspectos que la persona más relaciona con la alimentación, es decir, cuándo comemos de más y por qué. El objetivo debe ser **identificar la razón de que el individuo piense en la comida y acuda a ella en exceso».**

Cualquier persona que desee bajar de peso, aun cuando se trate de un caso de obesidad extrema, puede lograrlo si la causa es una alimentación desordenada y el sedentarismo.

Por otro lado, **lo ideal para que una dieta funcione es que la pérdida de peso por semana sea de entre 300 y 500 g y máximo 1 kilo**, para asegurar que la disminución de peso sea efectiva y duradera.

No es recomendable someterse a dietas rígidas antes de los 20 años porque ello puede influir negativamente en el crecimiento y desarrollo de niños y adolescentes. Lo mejor es educar a los pequeños para que adquieran sanos hábitos alimenticios.

Lo que puede hacer para perder peso

Tomando en cuenta las recomendaciones y observaciones de las expertas en el tema conviene considerar que **el concepto de dieta no significa reducir la ingestión de alimentos.**

A continuación le proporcionamos algunas sugerencias que sin

duda le ayudarán a mejorar sus hábitos alimenticios, ya sea para bajar de peso o para no engordar:

- Disminuya el consumo de harinas.
- Procure cocinar con poca sal.
- Trate de beber mucha agua, cuando menos ocho vasos al dia.
- Evite consumir alimentos entre comidas, si le da mucha hambre prefiera alguna fruta o verdura.
- Procure no exagerar la ingestión de pastelitos, frituras, chocolates y dulces.
- Sustituya las sopas de pasta por las de verduras.
- Prefiera el agua natural o de frutas en lugar de refrescos.
- Poco a poco disminuya el consumo de tortillas y pan por ejemplo, si acostumbra consumir seis reduzca la cantidad a tres o cuatro.
- Conviene incluir cereales y leguminosas como plato principal en las comidas diarias.
- Aumente el consumo de pescado y pollo sin piel, en lugar de carne roja.
- Elija los quesos frescos y no los maduros.
- Aderece sus alimentos con limón, vinagre u orégano y evite el aceite; si no puede prescindir de éste elija los aceites vegetales, como el de olivo o de cártamo, pero tampoco exagere su consumo.

Por último, si desea acudir a un especialista:

- Asegúrese de que el tratamiento no incluya medicamentos como píldoras, pastillas, inyecciones, jarabes u otros fármacos.
- Exija que le expliquen claramente en qué se fundamenta el sistema reductivo y cuál será su desarrollo. No olvide que **un buen tratamiento para la obesidad debe ser integral: dieta personalizada, ejercicio y apoyo psicológico.**

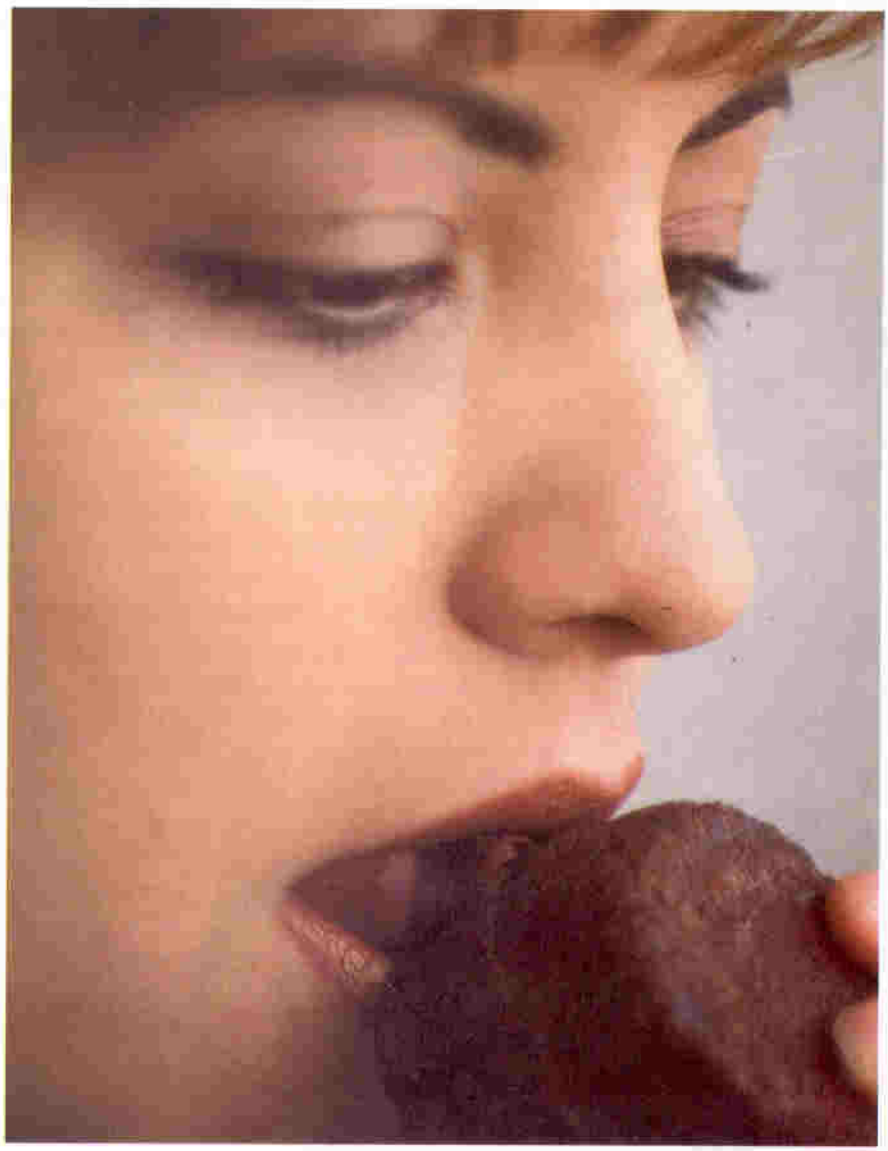
Finalmente recuerde que la obesidad es una enfermedad que requiere de un tratamiento prolongado para obtener resultados efectivos, no se deje atrapar por los establecimientos que supuestamente le ayudan a reducir rápidamente de peso, pues seguramente sólo «reducirán» su bolsillo.

Busque la ayuda de un especialista en nutrición; en el sector salud existen diversas opciones para recibir atención especializada, pregunte en la clínica u hospital que le corresponda o que se encuentre cerca de su domicilio.

No lo dude ni un momento, cuide su salud, no se desespere y que el próximo año logre sus propósitos.

Ma. Guadalupe Cruz

Fuentes: -Instituto Nacional de la Nutrición «Salvador Zubirán». -Instituto Nacional de Perinatología.



INSEN: servicios para «jóvenes de corazón»

"Envejecer es una mala costumbre que un hombre ocupado no tiene tiempo de adquirir".

Sabiduría, aceptación, experiencia y respeto constituían algunos de los rasgos que las antiguas culturas reconocían en las personas de la tercera edad. Alcanzar esta etapa de la vida significaba el logro de una existencia plena y el goce de una condición privilegiada.

Sin embargo, la evolución de la sociedad ha llevado a la población senecta a vivir una experiencia angustiosa, ya que hoy en día, ser viejo implica soledad, marginación y dependencia.

Ante esta situación, en 1978 la Organización de las Naciones Unidas decretó en Viena, Austria, los «Derechos del anciano», otorgándole especial importancia a la asistencia económica, física y social; el respeto a la libertad y a la dignidad, así como a la cultura y a la comunicación.

En nuestro país, a partir de esa reunión y por iniciativa del gobierno federal, el 22 de agosto de 1979 se creó el Instituto Nacional de la Senectud (Insen), con el objeto de proteger, ayudar, atender y orientar a la vejez mexicana, razón por la cual ha sido necesario estudiar su problemática para lograr soluciones adecuadas a nuestra realidad en México.

A 17 años de su creación, el Insen cuenta con una amplia gama de servicios y actividades en favor de la población senecta, entre los que destacan:

Tarjeta Insen: la cual no sólo es válida como identificación, sino que también le permite obtener descuentos del 30 por ciento en promedio en la adquisición de bienes y servicios.

Bolsa de Trabajo: brinda capacitación con el fin de que los ancianos que así lo deseen se reincorporen a la vida productiva.

Apoyo psicológico: ofrece cursos que les permitan mejorar su calidad de vida, con el fin de estructurar un plan de vida futura y aceptar el proceso de envejecimiento como algo natural.

Procuraduría de la Defensa del Anciano: proporciona orientación y asesoría gratuitas, para la solución de todos aquellos problemas jurídicos que pudieran presentárseles.

Clubes de la tercera edad: destinados a la reunión y convivencia de personas de edad avanzada. A través de éstos, se proporcionan algunos de los servicios con los que

cuenta el Insen, tales como: terapia ocupacional, actividades recreativas, cursos de alfabetización y eventos socioculturales y deportivos que favorezcan la actividad y el vínculo anciano-familia-sociedad.

Centros culturales de la tercera edad: les brindan la oportunidad de continuar con el proceso educativo, realizar actividades socio-culturales, o acrecentar los conocimientos en materias de cultura general.

Servicios médicos: el instituto cuenta con un departamento de asistencia médica atendido por especialistas; con el pago de una módica cuota de recuperación, los ancianos de escasos recursos económicos pueden recibir atención especializada en gerontología, medicina general, servicio dental y homeopatía, entre otros.

Actividades recreativas, culturales y sociales

El objetivo de estas actividades es favorecer la expresión y el desarrollo de los valores de las personas de edad avanzada, facilitándoles el acceso a diversas manifestaciones culturales a través de talleres de iniciación y educación artística.

Entre las actividades más sobresalientes se encuentran:

- Área de cultura física: gimnasia, *tai-chi-chuan* y yoga.
- Área de educación artística: baile de salón, guitarra, danza regional, música y teatro.

- Área humanística: literatura, historia del arte, historia universal, oratoria, historia de México y redacción.
- Área de lenguas extranjeras: francés e inglés.
- Área de artes plásticas: dibujo, pintura, pirograbado, *bonsai*, vitrales y artesanías.
- Educación para la salud: cursos relacionados con nutrición, salud, plan de vida futura, desarrollo personal y autocuidado.

Asimismo, a nivel nacional se realiza la Muestra de Artesanías elaboradas por Ancianos, festejos del «Día del Anciano», Baile «Una cana al aire» y celebraciones de fin de año.

Para afiliarse al Insen y gozar de estos beneficios es necesario contar con la tarjeta Insen, la cual puede solicitar de forma gratuita si es usted mayor de 60 años, y presenta una solicitud acompañada de dos fotografías tamaño infantil y un documento que avale su edad; para realizar este trámite acuda a las oficinas centrales del Insen ubicadas en Concepción Béistegui núm. 13, colonia del Valle, México, D. F., a Soledad núm. 29 (atrás del Palacio Nacional), a Aragón núm. 224, colonia Álamos, o a la delegación del Insen de su localidad.

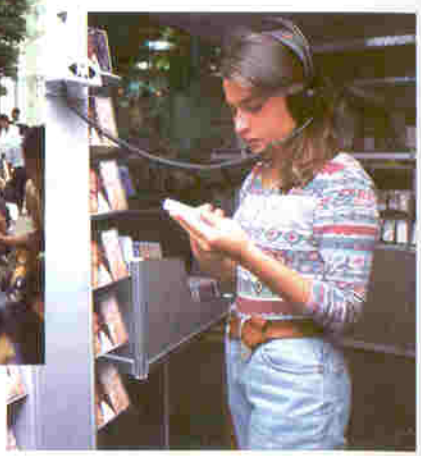
Para obtener más información comuníquese a los teléfonos **536-24-59**, **536-24-88** ó **536-86-61** en el D.F.

Si usted, amigo lector, tiene 60 años o más lo invitamos a soltar una «canita al aire» y unirse a la acción para jóvenes de corazón.

Maritza Solórzano

Fuente: Instituto Nacional de la Senectud.

Nueva tarjeta *Causa joven*



La juventud es un sector de gran importancia en todas las naciones del mundo, y más aún en nuestros días, porque personifica el cambio en los ámbitos social, económico, político y demográfico de las sociedades modernas.

La **población joven** de nuestro país, es decir aquellas personas entre los 12 y los 29 años de edad, ascendía a poco más de **27 millones** en 1995, lo que representa el **30.6 por ciento de la población total de México**.

Su integración al desarrollo

El actual gobierno mexicano incluye en su **Plan Nacional de Desarrollo** a este grupo específico de la población dentro de un apartado especial, en el que establece algunos objetivos y estrategias que en general pretenden involucrarlo en el desarrollo del país. Dichos propósitos son:

- Fomentar y desarrollar el conocimiento del sujeto de atención.
- Promover la coordinación interinstitucional para brindar una atención integral y eficiente a la juventud.
- Vincular la oferta institucional con las demandas y necesidades específicas de los jóvenes en materia de salud, educación, empleo, capacitación, seguridad y justicia, cultura y recreación.
- Procurar la pertinencia de los programas para que atiendan de manera oportuna y adecuada las necesidades de los jóvenes.
- Conformar un espacio de concertación que reúna a representantes de los sectores público, privado y social que, aportando experiencias, voluntades y recursos, contribuyan a ampliar los alcances de los programas en favor de la juventud.
- Desarrollar mecanismos de financiamiento alternativos para los programas juveniles.

¿Una tarjeta «joven»?

Como una respuesta a las estrategias antes mencionadas, la Dirección General de Atención a la Juventud de la Secretaría de Educación Pública (SEP) elaboró un programa para que los jóvenes -adolescentes, padres de familia, estudiantes, profesionistas, empresarios y empleados- de todos los estratos socioeconómicos puedan tener acceso a bienes y servicios de empresas afiliadas a este plan, por medio de una tarjeta denominada **Causa Joven**; dichos servicios incluyen transporte, recreación y turismo, así como eventos especiales, conciertos, exposiciones y ferias.

Este nuevo instrumento sustituye a la tarjeta «Plan Joven», que tuvo vigencia en el periodo 1977-1988 y fue expedida por el hoy desaparecido CREA, cuya labor continuó la Conade hasta septiembre de 1995.

¿Cómo obtenerla?

Los requisitos para recibir esta tarjeta son muy sencillos: tener entre 12 y 29 años de edad y pagar una cuota de $ 29.00. Al momento de recogerla se proporciona una guía con la ubicación de las **30 empresas** y **572 establecimientos afiliados**, así como el descuento que otorga cada uno y los estados de la república y países de Centroamérica donde se puede hacer uso de ella.

En el Distrito Federal, los lugares donde se puede tramitar son:

-Glorieta del Metro Insurgentes o en Serapio Rendón núm. 76, colonia San Rafael, en un horario de atención de 9:00 a 18:00 horas, o bien, en los módulos que se encuentran en las estaciones del Metro Puerto Aéreo y Chapultepec, de 9:00 a 16:00 horas.

Quienes viven en el interior de país pueden acudir a los Institutos de la Juventud y el Deporte pertenecientes a la SEP de su entidad; si requiere mayor información comuníquese sin costo alguno al **91-800-600-92.**

Ésta es una buena opción para viajar, estudiar y divertirse, fortaleciendo el poder adquisitivo y mejorado la calidad de vida.

Graciela Muñoz

Fuente: Dirección General de Atención a la Juventud, Secretaría de Educación Pública.

Empresas integradas al programa Causa Joven

• • • Para viajar:

Aviacsa/Aeroexo: 50 por ciento sobre tarifa «yanqui» en 12 destinos.
Aeromar: 10 por ciento en 16 destinos.
Taesa: promociones, descuentos, crédito y rifas en 19 destinos.
Mexicana: promociones en sus *VTP* (viaje todo pagado).
Autobuses de Occidente: 25 por ciento de descuento en sus 18 destinos.

• • • Para estudiar:

Librerías de Cristal: 10 por ciento en sus 66 sucursales en el país.
Casa del Libro: 10 por ciento en sus siete sucursales.
Editorial Siglo XXI: 30 por ciento sólo en su casa matriz.
Librería El Sótano: 5 por ciento sólo pago en efectivo.
Editorial Trillas: 10 por ciento sólo en su casa matriz.
Papelera Dabo: 10 por ciento en sus tres sucursales.
Grupo Papelero Oparmex: 10 por ciento en sus cuatro sucursales.

• • • Para divertirse:

Cines Cotsa: 50 por ciento en sus 144 salas de lunes a jueves.
Cines Telecasa: tarifa preferencial de $ 10.00 de lunes a viernes.
La pista de hielo: se paga una hora con derecho a quedarse todo el día.
Pista de hielo Sportica: 30 por ciento de descuento.
Museo de Cera: promoción 2 x 1 de lunes a viernes.
La Feria de Chapultepec: 25 por ciento en «Pasaporte».
Reino Aventura: 20 por ciento de descuento en el «Pasaporte Mágico».
Divertido: promoción 2 x 1.
Castillo del Terror: promoción 3 x 2.
Atlantis: 20 por ciento de descuento.
Acuario Aragón: 20 por ciento de descuento.
Africam Safari: 30 por ciento de descuento directo en la compra del boleto de entrada.
Zoofari: 30 por ciento de descuento directo en la compra del boleto de entrada.
IMSS centros culturales: promoción de pases de cortesía en sus 12 teatros.

• • • Otros servicios:

Ópticas Devlyn: 20 por ciento de descuento en sus 168 sucursales.
Zapaterías La Joya: 10 por ciento de descuento en sus 33 sucursales.
Zapaterías El Borceguí: 10 por ciento de descuento en sus cinco sucursales.
La Feria del Disco: 15 por ciento de descuento en sus seis sucursales.
Discolandia: 10 por ciento de descuento en sus 21 sucursales.
Laboratorios Frontera: 30 por ciento de descuento en sus 16 sucursales.

El infierno de todos tan temido: la drogadicción

El problema de las adicciones entre la población mexicana es un fenómeno que ha recibido especial atención en los medios de comunicación y en los diferentes foros de opinión pública.

Este mal de índole social no es nuevo, sin embargo, por sus características y consecuencias es hoy una de las preocupaciones prioritarias de nuestra sociedad.

En este contexto, el Consejo Nacional contra las Adicciones (Conadic) define a la adicción, farmacodependencia o drogadicción como el estado psicofísico causado por la interacción de un organismo vivo con un fármaco, caracterizado por la modificación en el comportamiento y otras reacciones, generalmente a consecuencia de un impulso irreprimible por consumir una sustancia en forma continua o periódica, a fin de experimentar sus efectos psíquicos y de evitar el malestar producido por la privación de ésta, o síndrome de abstinencia.

Dentro de esta categoría se encuentran el alcoholismo, el tabaquismo y la farmacodependencia, misma que abarca el consumo de drogas médicas: anfetaminas, y algunos estimulantes y tranquilizantes, así como drogas ilícitas: mariguana, cocaína, heroína y alucinógenos, o solventes de uso industrial.

¿Quiénes consumen fármacos?

Estudios realizados por el sector salud señalan que **en México los varones utilizan fármacos ilegales con mayor frecuencia que las mujeres, mientras que la población femenina tiene tendencia a abusar de las drogas médicas.**

El uso de inhalantes se observa con mayor frecuencia en población menor de edad de estratos bajos, y el consumo de cocaína se registra entre población adulta y con ingresos altos.

Al respecto, la maestra Carmen Millé, directora de Capacitación e Información del Conadic, comenta: «Las motivaciones personales para consumir drogas tienen variantes significativas de un individuo a otro. Algunas personas las usan con un propósito específico o en una situación pasajera. Como ejemplo podemos referirnos al estudiante que utiliza anfetaminas a fin de mantenerse en estado de vigilia mientras se prepara para un examen. Muchos de estos individuos no desarrollan dependencia, y su consumo se suspende en cuanto termina la situación que lo originó.

«Un segundo grupo de personas utiliza las drogas para experimentar, o bien, como diversión. Este patrón de

Numeralia del consumo de drogas en México

La prevalencia nacional del consumo global de drogas ilegales en relación con las permitidas (como el tabaco y el alcohol) fue del 4 por ciento, equivalente a un millón 589 mil 716 individuos que han utilizado este tipo de sustancias "alguna vez en la vida".

La prevalencia resultó mayor entre la población masculina (7.3%), lo que equivale a un millón 414 mil 35 hombres que reportaron su consumo "alguna vez en la vida"; mientras que sólo lo han hecho 175 mil 681 mujeres, lo que significa una prevalencia del 0.8 por ciento. La relación hombre-mujer es de 9 a 1, respectivamente.

Entre la población adulta, la prevalencia más elevada (6.1%) se presentó en el grupo de 26 a 34 años, formado por unos 459 mil 520 individuos que han usado drogas ilegales "alguna vez en su vida". Al considerar el comportamiento de los adolescentes se estimó que 2.1 por ciento han consumido por lo menos algún tipo de droga ilegal "alguna vez en la vida", cifra que se traduce en 196 mil 575 jóvenes.

La droga ilegal de mayor consumo "alguna vez en su vida" fue la mariguana, con una prevalencia de 3.3 por ciento. Esto equivale a poco más de un millón 400 personas entre 12 y 65 años de edad. Le sigue en frecuencia el consumo de cocaína (0.6%), los inhalantes (0.5%), los alucinógenos (0.3%), y finalmente la heroína (0.1%).

Al analizar el consumo de drogas ilegales por región, prevalecieron las zonas del norte del país, así como la región occidental y la ciudad de México, donde la prevalencia de consumo se encuentra por encima del promedio nacional. Las regiones sureñas del país presentan una frecuencia de uso menor; la más baja fue la región que incluye los estados de Yucatán, Quintana Roo y Campeche. En la región noroccidental la prevalencia de consumo entre mujeres fue de 2.3 por ciento, lo que la sitúa en primer lugar.

Cabe señalar que en el resto del país la prevalencia de consumo de drogas ilegales en mujeres fue menor o igual al 1 por ciento.

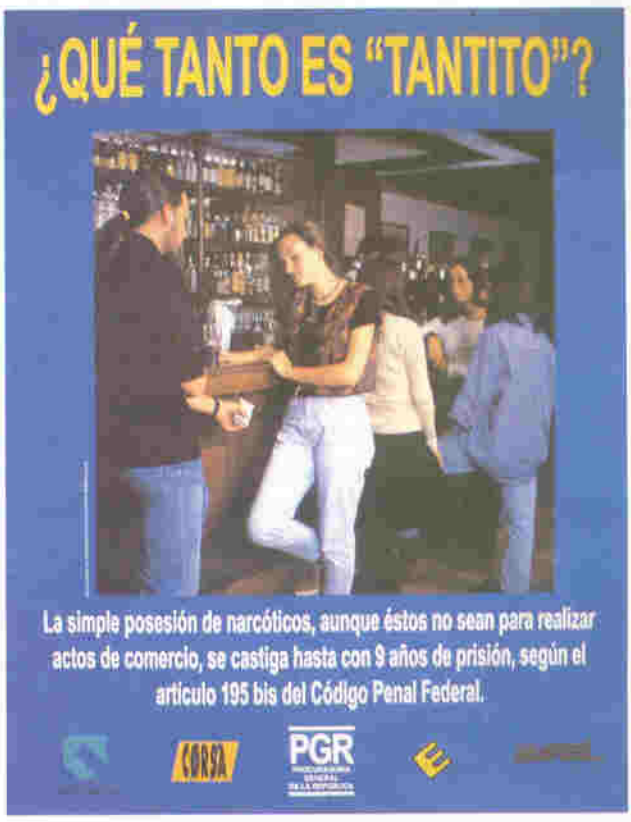
Fuente: - Situación actual de las adicciones en México, Conadic, SS

consumo es frecuente entre los jóvenes. Hay también quienes usan las drogas de manera esporádica, ya sea para desafiar las costumbres establecidas, para pertenecer a un grupo o con la idea equivocada de hacer frente a los conflictos de la adolescencia.

«Por último se encuentran los farmacodependientes -usuarios habituales-, quienes sin duda representan el problema más serio. La vida diaria de estas personas gira exclusivamente en torno a las drogas y al esfuerzo por conseguirlas, y entre ellos existen marcadas dependencias psíquicas y físicas, según la sustancia utilizada».

La psicóloga Maribel Mendoza Rivera, del Centro de Integración Juvenil (CIJ) de la delegación Benito Juárez, menciona: «Los usuarios habituales de drogas sufren de inestabilidad emocional, que en muchos casos surge en etapas previas a la adicción. Algunos ellos tienen antecedentes de trastornos psiquiátricos y suelen ser individuos inmaduros, inseguros, incapaces de sostener relaciones interpersonales estables, y se muestran renuentes a asumir responsabilidades.

«En términos generales -continúa la psicóloga Mendoza-, las personas se inician en el consumo de drogas por voluntad propia. Ya arraigada la adicción tienen poca



conciencia de su enfermedad, lo cual expresan como la negación de su hábito. En consecuencia es difícil que se sometan a un tratamiento, y en caso de que lleguen a iniciarlo lo interrumpen constantemente y sufren recaídas frecuentes, lo cual en muchos casos los orilla a abandonarlo en forma definitiva».

Por diferentes causas

Hay causas que determinan el consumo de drogas, entre las que destacan las de índole individual, familiar, económica, ambiental y social.

El psicólogo Rogelio Araujo Monroy, coordinador del Área de Prevención y Tratamiento del «Hogar Integral de la Juventud», indica: «Entre los aspectos individuales destacan los problemas psicológicos y orgánicos que pueden surgir desde la infancia a consecuencia de trastornos psiquiátricos. El entorno familiar es un aspecto determinante, pues constituye el primer sistema de educación y una fuente de valores para el individuo, de modo que la vida familiar favorece en gran medida el desarrollo humano.

«Sin embargo -agrega nuestro entrevistado-, los factores clave son económicos y sociales. En ocasiones el individuo trata de rehuir la realidad porque teme enfrentarse a situaciones de la vida cotidiana que le provocan angustia. Esto se comprende mejor si se considera que las causas que intervienen en el fenómeno de las adicciones son de carácter multifactorial.

«En México, la ingestión excesiva de bebidas alcohólicas y el tabaquismo constituyen un problema grave de salud pública debido al elevado índice de daños que ocasionan.

«Por su parte, el consumo de drogas registra índices bajos en comparación con otros países, pero existe una clara tendencia hacia el incremento. Asimismo se ha observado que ya es común el uso simultáneo de diferentes fármacos con diversas vías de administración».

La maestra Carmen Millé afirma que «a pesar de que el fenómeno social de las adicciones no es nuevo, en nuestra sociedad ha alcanzado mayor intensidad, tal vez debido a las condiciones marginales en que vive la comunidad, lo cual puede asociarse al incremento en el consumo de alcohol y otras drogas en adolescentes.

«Además -continúa la maestra Millé-, si el núcleo familiar se caracteriza por una estructura disfuncional, en la que existe escasa comunicación entre padres e hijos y desinterés en las actividades de los jóvenes, los problemas de adicción se agravan».

Prevención y tratamiento

Es posible hablar de prevención si partimos de la siguiente premisa: la farmacodependencia es una enfermedad.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define a la salud no sólo como la ausencia de enfermedades, sino como el estado de completo bienestar físico, psicológico y social. En consecuencia, la salud implica una adaptación íntegra del individuo al ambiente.

El psicólogo Rogelio Araujo nos explica: «La farmacodependencia es desadaptación, desperdicio de las potencialidades humanas, sumisión del organismo a los dictados de una sustancia química, e inhibición de la capacidad transformadora del hombre, por lo tanto se considera como una enfermedad.

«Para limitar y prevenir esta disfuncionalidad es muy importante informar al público sobre las causas y los daños de este padecimiento».

En nuestro país existen instituciones como los Centros de Integración Juvenil (CIJ) que abordan el problema en dos etapas: prevención y tratamiento. Estos centros están ubicados en diferentes puntos del territorio, sobre todo en las ciudades con mayor densidad de población.

Características de los consumidores de drogas

En los centros gubernamentales de tratamiento a los fármacodependientes, nueve de cada diez usuarios de drogas fueron hombres, la mayoría solteros (67 %), de entre 15 y 19 años (37 %), seguido por el grupo de 20 a 24 años (22 %). En cuanto a la escolaridad, el 51 por ciento cursó secundaria y el 27 por ciento primaria. El nivel socioeconómico al que pertenecía el 32 por ciento era bajo y medio bajo. El 65 por ciento de ellos no tenía ocupación.

La droga de inicio señalada con mayor frecuencia fue la mariguana (39 %), seguida por los inhalantes (25 %) y el alcohol (19 %); y la edad de inicio de consumo registrada por casi la mitad de los usuarios (44 %) fue entre los 15 y los 19 años. Sin embargo, el 43 por ciento notificó un inicio entre los 10 y los 14 años, con una frecuencia de consumo diaria en la mayoría (41 %).

Como droga de uso actual, los inhalantes se colocaron en primer sitio con 24 por ciento, y la mariguana en segundo con 22 por ciento. Sin embargo, la cocaína representó el 19 por ciento del consumo y los tranquilizantes el 10.2.

Por ciudades, Tijuana, Cd. Juárez, Guadalajara y Mérida mostraron mayor prevalencia en el consumo de cocaína, mientras que en León, Guadalajara y el área conurbada de la ciudad de México fueron los inhalantes. En el D. F. y Monterrey destacó la mariguana.

Fuente: Situación actual de las adicciones en México, Conadic. SS.

Actualmente hay 49 unidades relacionadas con la farmacodependencia, en las cuales la participación de la comunidad es fundamental.

La psicóloga Maribel Mendoza aclara que «en la medida en que la sociedad se incorpore al proceso de atención a los problemas que la afectan, será posible coordinar grupos profesionales y no profesionales en diversas actividades para contrarrestar la farmacodependencia, y con toda certeza los resultados serean satisfactorios.

«En el caso de la drogadicción, los grupos de pobalción más expuestos y vulnerables, es decir, de alto riesgo son los jóvenes y los habitantes de zonas urbanas con gran densidad demográfica.

«Los CIJ ofrecen sus servicios apegándose a un modelo de atención con las siguientes características: por principio se establecen las necesidades locales detectadas por la propia comunidad; existe un equipo de trabajo integrado por psiquiatras, psicólogos y trabajadores sociales; la prevención es el área prioritaria de la actividad con la comunidad; el paciente adicto recibe atención clínica destinada a integrarlo al núcleo familiar, por esa razón se trabaja con el paciente y su familia».

El CIJ cuenta con un servicio de orientación telefónica que funciona las 24 horas del día (534-34-34) de los 365 días del año.

Por último, gracias a la labor del Conadic, en la actualidad se dispone de un Directorio de Instituciones Mexicanas que Atienden Problemas de Adicciones, con los nombres y domicilios de los organismos encargados de brindar ayuda y atender los problemas relacionados con el alcoholismo, el tabaquismo y la farmacodependencia en los campos de la prevención, el tratamiento y la rehabilitación.

Está ordenado alfabéticamente por entidades federativas, e incluye dependencias del gobierno federal y locales.

Para su consulta o adquisición puede acudir al:

Consejo Nacional contra las Adicciones (Conadic)

Aniceto Ortega núm. 1321, colonia del Valle, México D. F., C. P. 03100, tel. (91-5) 534-73-04 ó 534-75-68; también puede dirigirse al Consejo Estatal contra las Adicciones que corresponda a su localidad.

Miguel G. Prieto

Fuentes: -Consejo Nacional contra las Adicciones.

-Consejo de Integración Juvenil, delegación Benito Juárez.

-Hogar Integral de la Juventud.

El Cáncer y nuestros hábitos de consumo

Al cáncer es una enfermedad que puede llegar a afectar a cualquier persona, y es innegable que su aparición está íntimamente ligada a ciertos hábitos como el consumo de alcohol, de tabaco o de una dieta inadecuada; dichos factores pueden marcar la diferencia entre la vida y la muerte.

En este caso, un aspecto esencial es la detección oportuna; de ahí la importancia de acudir al médico regularmente, aun cuando no exista ninguna molestia.

Desafortunadamente, la última experiencia favorable que la humanidad recuerda en el combate a las enfermedades graves sucedió hace 100 años, cuando se descubrieron las vacunas, de lo cual deriva que la prevención únicamente se asocie con medicamentos.

«Sin embargo tomar providencias también incluye mantener el peso correcto, comer pocas grasas, dejar de fumar y hacer ejercicio; la mayoría de las veces los médicos nos referimos a este tipo de prevención y los pacientes, por increíble que parezca, hacen caso omiso a nuestras recomendaciones»; con esas palabras Alfredo Cerdán, director general del Programa Nacional contra el Cáncer, A. C., inicia una plática con la **Revista del Consumidor** acerca de esta enfermedad que cada año, según estimaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS), causa **la muerte a 4.3 millones de personas en todo el mundo.**

«A pesar de los numerosos estudios e investigaciones realizados, no existe la pastilla milagrosa que permita fumar, tomar y comer indiscriminadamente sin dañar al organismo», apunta el doctor Cerdán.

Lo más importante... cuidar nuestro cuerpo

En lo que respecta a la salud, las personas no tenemos alternativa: **sólo evitando los excesos en la comida y la bebida, y visitando periódicamente al médico pueden prevenirse algunas enfermedades, entre las que se encuentra el cáncer.**

Sobre el particular, el doctor Cerdán apunta: «Para conservar la salud no hay términos medios; hoy todos sabemos que fumar siempre es dañino, como lo son muchos otros hábitos.

«Ojalá se tomaran muy en cuenta las recomendaciones del médico. No deja de ser impresionante la terrible angustia que experimenta el paciente cuando se le detecta cáncer, sufre un infarto o padece insuficiencia arterial; en ese momento sus pensamientos son: por qué los médicos no insistieron en que me cuidara, por qué no me informaron sobre las consecuencias que podría acarrear mi estilo de vida».

Las campañas de prevención del sector salud, instituciones privadas, publicaciones médicas y estudios diversos continuamente hacen hincapié en las medidas que se deben adoptar para evitar el cáncer.

«Las probabilidades de contraerlo -agrega el galeno- disminuyen considerablemente **si se evitan los factores de riesgo**. ¿Cómo hacerlo?: mucho ayudamos a nuestro cuerpo al **no fumar**, **ingerir alcohol moderadamente** (no más de dos bebidas al día) **y llevar una dieta balanceada,** pues los alimentos abundantes en grasa de origen animal, salados, embutidos y conservas, así como aquellos que casi no contienen fibras o vitaminas no permiten una

adecuada reparación celular. Se puede comer salmón ahumado o chorizo de vez en cuando, el problema surge si se convierten en nuestro único alimento.

«El sol es un factor que determina la aparición de **cáncer en la piel, padecimiento que ocupa el primer lugar en incidencia si dejamos de lado los que afectan al hombre** (testículos y próstata) **y a la mujer** (mama, cuello de la matriz y ovarios).

«Aunque las probabilidades de desarrollar cáncer disminuyen si se toman en cuenta las medidas antes mencionadas, los médicos reiteramos que **la detección oportuna** es la única forma de evitarlo, y a pesar de que ello no es posible en todos los cánceres, sí en los más comunes.

«En el de mama, la exploración **mamaria mensual** realizada por la propia mujer y por un médico cada año, así como una mamografía después de los 50 años de edad, **nunca antes, es la forma de prevenirlo.**

«El **del cuello de la matriz** se puede detectar con la **prueba anual denominada Papanicolau; el cáncer de piel** se descubre con una revisión exhaustiva por parte del médico; **el de próstata**, a través de un examen rectal a partir de los 50 años de edad; y **el de recto**, con la misma prueba a partir de los 40 años.

«En el caso del **cáncer de pulmón**, aunque es difícil de detectar, las probabilidades de contraerlo disminuyen si se evita el cigarro: nueve de cada diez pacientes mueren por el consumo de tabaco.

«Aunque los cánceres más frecuentes en la mujer son el del cuello de la matriz y el de mama, y en el hombre el de pulmón y el de próstata, muchas veces este patrón se modifica según el estrato social de la persona; por ejemplo, dependiendo del tipo de alimentación, la mayoría de los pacientes que acude a recibir atención médica al seguro social son casos de cáncer del tubo digestivo, y el más frecuente es el de estómago, mientras que en los hospitales privados prevalece el de colón; asimismo, entre las mujeres de clase alta es el de mama y en las de clase baja el del cuello de la matriz».

Qué es el cáncer

Existe la idea de que el cáncer es una sola enfermedad, sin embargo se trata de una serie de afecciones.

No es lo mismo hablar del cáncer del cuello de la matriz, de piel o del cerebro, aunque todos se denominen cáncer y desde el punto de vista biológico se consideren lo mismo; «es importante que el oncólogo –apunta el doctor Cerdán–, con el fin de dar una explicación clara, mencione a sus pacientes que se trata de un mismo mal, pero con características muy diferentes.

«Biológicamente, el cáncer es una independización de las células; como sabemos, todas las partes del cuerpo funcionan en armonía, pero en este caso sucede que las células se alteran por diversos factores, entre los que se encuentran las sustancias químicas, como los alquitranes presentes en el humo del tabaco, el alcohol, las radiaciones, ciertos factores virales –es decir, algunas infecciones como el virus del papiloma humano–, los insecticidas o colorantes utilizados en la industria, medicamentos y hormonas.

«Lo que tienen en común las sustancias químicas, las radiaciones y los virus es que son agentes que lesionan a las células; aunque estas últimas generalmente tienen los mecanismos necesarios para repararse, cuando ello no sucede el resultado es que la célula muere o se independiza del cuerpo, es decir, se convierte en una célula 'rebelde', que no obedece a su código genético: a partir de ese momento son células cancerígenas.

«El cáncer no se desarrolla en muchas células a la vez, sino en una, pero si, por ejemplo, la piel recibe constantemente los rayos de sol, no sería raro que aparecieran varios tumores en ella.

«Lo grave es que todas las células del cuerpo tienen el código genético completo, o sea que una célula de la piel tiene la información de una del cerebro. Si se trata de un cáncer de mama, la célula sabe perfectamente cómo atacar al pulmón, por eso sabemos que esta enfermedad es un enemigo sumamente inteligente y, por ende, difícil de combatir.

«La enfermedad en sí misma tiene acceso a lo que los médicos denominamos 'la sabiduría de la naturaleza', ya que a diferencia de otras bacterias o virus puede producirse en todos los órganos debido a que cada célula del cuerpo es susceptible a dicha transformación».

Entre los amigos y la familia es común oír el comentario de incredulidad acerca de cómo es posible que el tabaco produzca cáncer, si conocen a una persona que fumó toda su vida y nunca sufrió esta enfermedad.

Respecto a lo anterior, el doctor Cerdán dice: «En todos los fenómenos biológicos en los que no existe una relación clara y evidente de causa-efecto, sino que únicamente se rigen por la ley de probabilidades, se lleva a cabo lo que en estadística se conoce como 'campana de Gaos': a la mayoría de las personas les sucede lo inevitable, pero hay dos puntas en los extremos de las curvas, que en el caso del tabaco corresponden a aquella persona que nunca fumó y murió de cáncer de pulmón, y por otro lado, la que siempre lo hizo y no murió de esa enfermedad; pero éstas son definitivamente las excepciones».

¿Es hereditario?

El constante temor de los familiares de una persona que murió de cáncer es saber si este padecimiento es hereditario y qué puede hacerse para prevenirlo; al respecto, el doctor Cerdán señala: «Así como hay factores que determinan la aparición del cáncer, se sabe que dentro del código genético hay ciertos genes denominados **'oncogenes'**, que de manera independiente son capaces de producir esa transformación maligna.

«Eso explica por qué hay familias donde hay mayor incidencia de este mal, **pero el cáncer no se hereda, sino sólo el factor genético** que, en un momento dado, puede influir para que la enfermedad se desarrolle.

«La afirmación de que si un familiar tuvo cáncer sus descendientes pueden desarrollarlo, es cierta, pero no en todos los casos; los que sí presentan esta característica son: de piel, de mama y algunos tipos de cánceres de colon. Por otro lado, este mal no se 'cruza' (si una persona tuvo cáncer de cerebro, los riesgos de que sus descendientes lo tengan no existen porque ahí no hay factor genético reconocido, así como si un familiar tuvo cáncer de piel no hay posibilidades que sus descendientes femeninos desarrollen el de ovario).

Acerca de los tratamientos

Si partimos del concepto de que el cáncer es un grupo de enfermedades originado por distintos factores, no puede hablarse de una solución única.

El especialista explica: «Si nos referimos a su aparición, puedo asegurar que es imposible prevenir el cáncer, ya que aunque se eliminen todos los factores de riesgo, siempre existirán algunos, por ejemplo, los que están dentro de la propia célula.

«Ante esta realidad, la detección oportuna es la única alternativa. En la actualidad se cuenta con tres tipos de tratamiento contra el cáncer: **la cirugía, la radioterapia (radiaciones) y los medicamentos como la quimioterapia y las hormonas**».

¿Es posible curar el cáncer? Sí, aunque el paciente debe estar de por vida bajo vigilancia médica periódica.

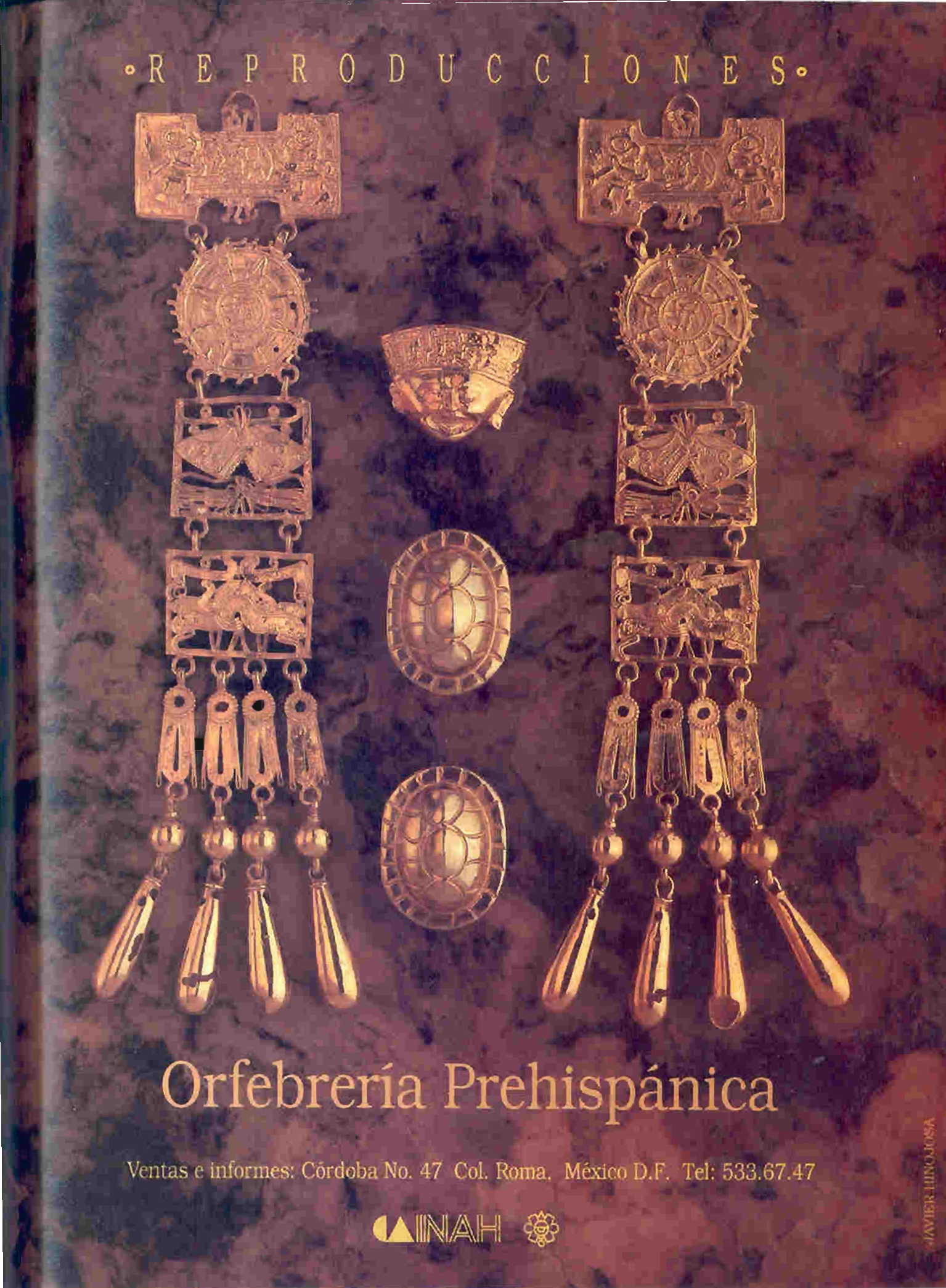
En México, las estadísticas indican que únicamente dos de cada diez pacientes con cáncer se curan; la razón radica en que no acuden oportunamente al médico.

Amigo lector, no descuide su salud: evite la automedicación y recuerde que la **detección oportuna** puede ser la diferencia entre la vida y la muerte.

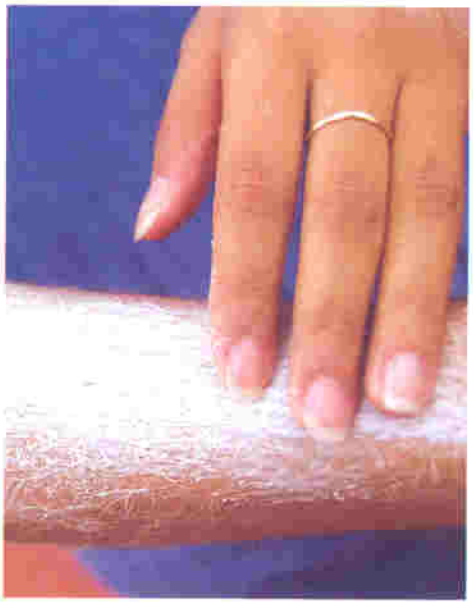
El Programa Nacional contra el Cáncer brinda asesoría sobre las medidas de prevención de esta enfermedad. Si tiene alguna duda o desea obtener más información comuníquese a los teléfonos 564-13-11 ó 564-11-98 de lunes a viernes de 9:00 a 17:00 horas.

Vanessa Prieto

Fuente: Programa Nacional contra el Cáncer.


•REPRODUCCIONES•
Orfebrería Prehispánica
Ventas e informes: Córdoba No. 47 Col. Roma. México D.F. Tel: 533.67.47
INAH
JAVIER HINOJOSA

Cómo deshacerse del **vello** indeseable en el **cuerpo**



De acuerdo con los cánones de la moda, la preocupación de muchas mujeres hoy en día se centra en la eliminación del vello que en forma natural -y a veces también excesiva- aparece en el rostro -cejas, barba, bigote y patillas, primordialmente-, las axilas, los brazos y las piernas.

Para lograr una apariencia tersa de la piel y libre de «vellos poco bellos», en el mercado nacional se comercializan diversos productos destinados a ese fin.

Pero entre las consumidoras surgen dudas como las siguientes: ¿qué tan eficaces e inocuos resultan estos artículos?, ¿qué problemas de salud podrían desencadenar por su uso o abuso?, ¿desde el punto de vista médico es adecuado retirar el vello de algunas zonas del cuerpo?

Vello o pelo, eliminarlo es la cuestión

Por principio de cuentas vale la pena explicar que el vello es pequeño y claro, mientras que el pelo es una formación muy resistente que inicia su desarrollo desde el tercer mes embrionario y se acumula en sitios como el cuero cabelludo, las pestañas, el bigote, el conducto auditivo, las patillas, las axilas y los órganos sexuales externos, por ejemplo.

Asimismo, la cantidad y distribución del vello depende de diversos factores como la edad, el sexo y la raza del sujeto.

Cada pelo tiene un tallo que sobresale de la piel, una raíz que tiene su lecho sobre la dermis, y un bulbo piloso, localizado en las capas epidérmica y dérmica. Cada folículo posee un orificio externo, visible al ojo humano, a través del cual emerge el pelo, y que da lugar a un espacio en forma de túnel que termina al final del primer tercio del folículo. La raíz del pelo llega hasta el llamado «bulbo piloso», que presenta forma de embudo invertido y que cubre una especie de protuberancia o papila, que a su vez protege los vasos sanguíneos que nutren al pelo y las terminaciones nerviosas que le brindan su especial sensibilidad.

Por qué crece y para qué sirve

De acuerdo con el doctor Ozziel Nájera Oliver, dermatólogo del Hospital General de Zona número 8 del IMSS, «el vello cumple la función de **mantener la temperatura y dar protección a la piel**. En etapas como la premenopausia y la menopausia aparece más vello en la piel de las mujeres, especialmente en bigote, patillas y barba».

Asimismo, en la llamada «edad del desarrollo» algunas adolescentes experimentan el crecimiento de vello oscuro en las piernas, los brazos y encima del labio superior. En la mayoría de los casos, la aparición de vello abundante a esta edad obedece a factores hereditarios, pero a veces la hipertricosis -o exceso de vello- se relaciona con auténticos desequilibrios endocrinos. En estos casos le corresponde al médico general enviar a la paciente al dermatólogo o endocrinólogo.

El doctor Nájera Oliver indica que la función del vello en el cuerpo es la siguiente:

Las **cejas** y las **pestañas** le proporcionan sombra al ojo, protegiéndolo de la luz solar y el polvo.

En las **axilas** provee mayor higiene, evitando la sudoración excesiva (hiperhidrosis) y el mal olor.

En ciertas ocasiones, rasurarse frecuentemente las **axilas** y las **piernas** llega a producir foliculitis (especie de barros), pero sólo en los casos en los que existe alguna enfermedad metabólica -como la diabetes- pueden surgir infecciones axilares. En esta zona del cuerpo pueden aparecer eccemas o irritación por el uso de desodorantes, talco o limón. Este último provoca

hipercronias (la piel se pone color café), en tanto que algunos desodorantes que contienen gran cantidad de perfume pueden dar origen, además del eccema, a hidroadenitis.

Por otra parte, no es muy común que la gente desee desaparecer el vello de los **brazos**, aunque algunas mujeres, por tenerlo demasiado largo, se lo aclaran con agua oxigenada o amoniaco, pero cabe destacar que si estas sustancias no se aplican correctamente producen quemaduras y sensibilidad extrema al sol.

El vello de la **nariz** es una barrera para evitar que entren a las fosas nasales el polvo y ciertas partículas suspendidas en el aire. Actualmente, debido a los altos índices de contaminación en el aire, este vello crece más rápido y es más grueso; se puede despuntar, o bien, depilar usando tapones de cera.

En busca de la imagen deseada

Para quitar el exceso de vello de diferentes partes del cuerpo, la mujer recurre a los métodos caseros o a profesionales especializados en cosmetología.

En el primer caso es común la utilización de ceras, rastrillos y depiladoras eléctricas; mientras que los profesionales emplean diversos aparatos y productos (incluyendo la electrólisis).

Si usted usa «cera de campeche» o «ceramiel» debe seguir las instrucciones de empleo que incluye el empaque: temperatura, tiempo de pose y forma de retirar el producto, de lo contrario la piel podría quedar oscura y/o lastimada.

Con respecto a la electrólisis, diversas cosmetólogas entrevistadas por la **Revista del Consumidor** aseguran que esta técnica no elimina definitivamente el vello, sino solamente retarda el crecimiento hasta en un 50 por ciento. Asimismo advierten que no es recomendable someter a electrólisis la zona periférica de los ojos, es decir, los párpados.

También existen en el mercado cremas aclaradoras de la piel que ayudan a disimular la marca que queda en el sitio en el que se ha eliminado el vello.

Por otro lado, recientemente se han puesto a la venta ampolletas que retardan el crecimiento del vello, las cuales al parecer están dando buenos resultados.

Los especialistas nos brindan algunas recomendaciones en lo que se refiere a la depilación:

-No es conveniente depilarse después de ir a la playa o cuando se ha recibido un tratamiento reductivo de vendas, pues la piel se encuentra muy sensible.

-Si desea estar perfectamente depilada para un evento social, hágalo de preferencia tres días antes para que la piel recupere su aspecto natural.

-Si no sabe qué productos emplear para depilarse, lo mejor es ir a una clínica de belleza, pero tome en cuenta que el costo promedio(*) del depilado corporal con cera puede fluctuar entre $ 20.00 y $ 500.00, mientras que la electrólisis podría costar entre $ 450.00 y $ 3,000.00

Amiga lectora, como pudo darse cuenta hay diversas opciones al alcance del sector femenino para disimular o eliminar el molesto vello superfluo, lo esencial es que, independientemente del método que elija, lo utilice tomando siempre las debidas precauciones: recuerde que la buena apariencia no está reñida con la conservación de su salud y de su presupuesto.

(*) Sondeo de precios promedio investigados durante el mes de septiembre de 1996.

Leticia Muñoz

Fuentes: -Entrevista con el doctor Ozziel Nájera Oliver, dermatólogo del Hospital General de Zona núm. 8, IMSS.
-Sondeo entre cosmetólogas.

A grandes males...

*** ¿Ignora cuáles son los derechos que la ley le otorga?**

*** ¿Compra "a ciegas" pues no sabe ni cómo ni dónde adquirir artículos más baratos?**

Grandes remedios:

SUSCRÍBASE A LA REVISTA DEL

CONSUMIDOR

ACLARACIONES: PERUGINO NÚM. 18, COLONIA INSURGENTES EXTREMADURA, DELEGACIÓN BENITO JUÁREZ, MÉXICO, D. F., C. P. 03740, TELS: 598-67-81, 611-73-79 Ó 611-75-23.

NOTA: LLENAR CON LETRA DE MOLDE. NO NOS HACEMOS RESPONSABLES DE SUSCRIPCIONES CON DATOS INCOMPLETOS O ILEGIBLES.

NOMBRE _____

DIRECCIÓN _____

COLONIA _____

C. P. _____

DELEGACIÓN O MUNICIPIO _____

ESTADO _____

TELÉFONO _____

SUSCRIPCIÓN POR UN AÑO $ 130.00
SUSCRIPCIÓN NUEVA
RENOVACIÓN DE SUSCRIPCIÓN

FORMA DE PAGO
GIRO POSTAL CHEQUE
(EN AMBOS CASOS A NOMBRE DE LA REVISTA DEL CONSUMIDOR)

No. _____

Suscríbase a la Revista del Consumidor y entérese...

Con sólo $ 130.00 usted puede suscribirse por un año y obtener información de amplia utilidad para su presupuesto familiar

El porte será pagado por:

PRIMERA CLASE
PERMISO POSTAL
No. 3505
MÉXICO, D. F.

Administración de Correos
núm. 44, C. P. 03001,
México, D. F.

Correspondencia con derechos por cobrar. Solamente servicio nacional.

Lo que se puede encontrar en el mercado

En el mercado nacional se comercializan varios productos que ayudan a eliminar temporalmente el exceso de vello en algunas partes del cuerpo.

La **Revista del Consumidor** hizo un recorrido por diferentes establecimientos especializados en cosméticos, farmacias, tiendas departamentales y de autoservicio, y esto es lo que encontró:

Crema Bariflor (depilatoria) de la marca **Dearborn**: la presentación de 50 g tiene un precio promedio de $ 25.00.

Epilady de la marca **Soft and Easy:** aparato depilador eléctrico que elimina el vello de raíz mediante un sistema de pequeños discos metálicos acanalados que al girar lo atrapan; únicamente es necesario pasar la maquinilla en sentido contrario al crecimiento capilar; modelo *ME 800-10*, el cual contiene eliminador de baterías y máquina depilatoria, se comercializa a un precio promedio de $ 140.00.

Passini (miel depilatoria): incluye telas y palitas; la presentación de 300 g tiene un precio promedio de $ 38.00

Loción humectante: se sugiere usarla después de la depilación y se vende a un precio promedio de $ 8.00.

Inverness Hair Growth Inhibiton (ampolleta retardadora del crecimiento capilar): la presentación de 10 ml tiene un precio promedio de $ 35.00.

Polvo decolorante y peróxido: se comercializa a un precio promedio de $ 10.00.

Velvinette (crema depilatoria): incluye espátula; en presentación de 50 g tiene un costo de $ 15.50

Sally Hansen (gel depilador del vello corporal oscuro y grueso): en presentación de 147.8 ml tiene un precio de $ 33.50

Sally Hansen Creme Hair Bleach (crema aclaradora del vello facial): la presentación de 28.3 g cuesta en promedio $ 51.95

Gillette Sensor for Women: con banda lubricante; tiene aloe y humectantes; con cartuchos recargables; su precio es de $ 17.50.

Viokox (ampolletas inhibidoras del crecimiento del vello): contiene cuatro piezas de 10 ml c/u, incluye obsequios y se vende a un precio promedio de $ 179.00 más gastos de envío.

Enjoi Disc (depilador de piernas): no incluye baterías y su precio es de $ 189.00.

Family (cera depiladora): se comercializa en presentación de 250 g; está elaborada a base de colofonia, parafina y cera de abeja, y su costo promedio es de $ 7.90.

Agua oxigenada: en su presentación de 100 ml tiene un precio promedio de $ 2.00.

Silk Epil Select Braun (aparato depilador del vello, de larga duración): contiene una maquinilla depiladora, cepillo limpiador, crema, estuche y cable; su costo promedio es de $450.00.

Ésta es únicamente una muestra de lo que usted puede adquirir en el mercado. Antes de elegir algún producto en especial considere las recomendaciones que el fabricante hace al respecto; lo demás es cuestión de gustos... y de presupuesto.

Acciones de la Junta Coreana de Protección al Consumidor

El pasado 5 de septiembre, la Junta Coreana de Protección al Consumidor (KCPB) y el Instituto Coreano de Desarrollo (KDI) invitaron a aquellas asociaciones relacionadas con el consumo, como organizaciones legales, productores y uniones de consumidores, a participar en la reglamentación de algunos bienes que se ofrecen a la población.

Este proyecto contempla la venta, tanto de departamentos como de casas.

Los participantes en la audiencia coincidieron en señalar la importancia y los beneficios que esto podría traer, de ahí la importancia de unificar criterios ya que los involucrados están en desacuerdo en ciertas cláusulas.

La propuesta del gobierno fue revisar dicha ley junto con organizaciones relacionadas con este campo como asociaciones legales, productores y organizaciones de consumidores.

Miel "dulcemente" adulterada

Como resultado de la prueba de calidad realizada por la KCPB a 46 productos de miel que se expenden en tiendas departamentales y destinos turísticos se detectó que muchos contenían más azúcar y menos dextrosa que las especificadas en el envase.

A diferencia de los estudios de miel realizados por la KCPB en 1991 y 1992, este tercer estudio arrojó que la calidad de la mayoría de dichos productos de miel no es la adecuada.

Anuncios exagerados sobre departamentos

La KCPB analizó 57 anuncios de venta de departamentos en cinco ciudades del país, entre las que se encuentran Seúl, Pusan y Kwangju.

En 36 de ellos se comprobó que la información era falsa y exagerada en lo referente a la contratación de créditos bancarios, lo cual provocaba confusión entre los consumidores.

En relación con la información sobre la distancia y los medios de transporte para llegar a los departamentos, se observó que de 27 anuncios 13 no especificaban con precisión los puntos de referencia y siete lo hacían con graves errores.

Pilas alcalinas

Con el fin de comprobar la calidad de las pilas alcalinas que se expenden en el mercado, la KCPB adquirió 18 modelos diferentes elaboradas en 10 compañías, tanto nacionales como extranjeras, para aplicarles pruebas de durabilidad y cerciorarse de que las etiquetas incluyeran la información completa.

Las pruebas arrojaron que las pilas **Rocket** (Corea), **Sun Power** (Corea), **Duracell** (Bélgica) y **Energizer** (Singapur) son las más duraderas.

También se comprobó que en algunos productos las etiquetas no indicaban la fecha de fabricación. Asimismo, la KCPB, considerando que las pilas se descargan automáticamente si no se utilizan, solicitó al fabricante que especifique la vida útil de los productos.

Alimentos descompuestos o caducos

La KCPB investigó a 80 distribuidores de alimentos en nueve ciudades del país incluyendo a Seúl, Pusan y Taegu. La investigación reveló que 50 de ellos **vendían productos, como galletas, con la fecha de caducidad vencida.**

Asimismo se detectó la venta de alimentos congelados, como **jamones y salsas**, que por los ingredientes utilizados en su elaboración pueden descomponerse rápidamente y provocar envenenamiento a los consumidores.

Además **algunos productos no incluían las etiquetas de distribución**; en el caso de los alimentos importados, en más de la mitad eran ilegibles.

Ventas por correo fraudulentas

Según datos de la KCPB, los fraudes a los consumidores al realizar **compras por correo han aumentado**. En 1995 se recibieron un total de 959, aproximadamente 1.8 veces más que en 1994.

El rubro de libros ocupa el primer lugar con un total de 98 casos (49.5%), seguidos por productos eléctricos y electrónicos, medicamentos y cosméticos.

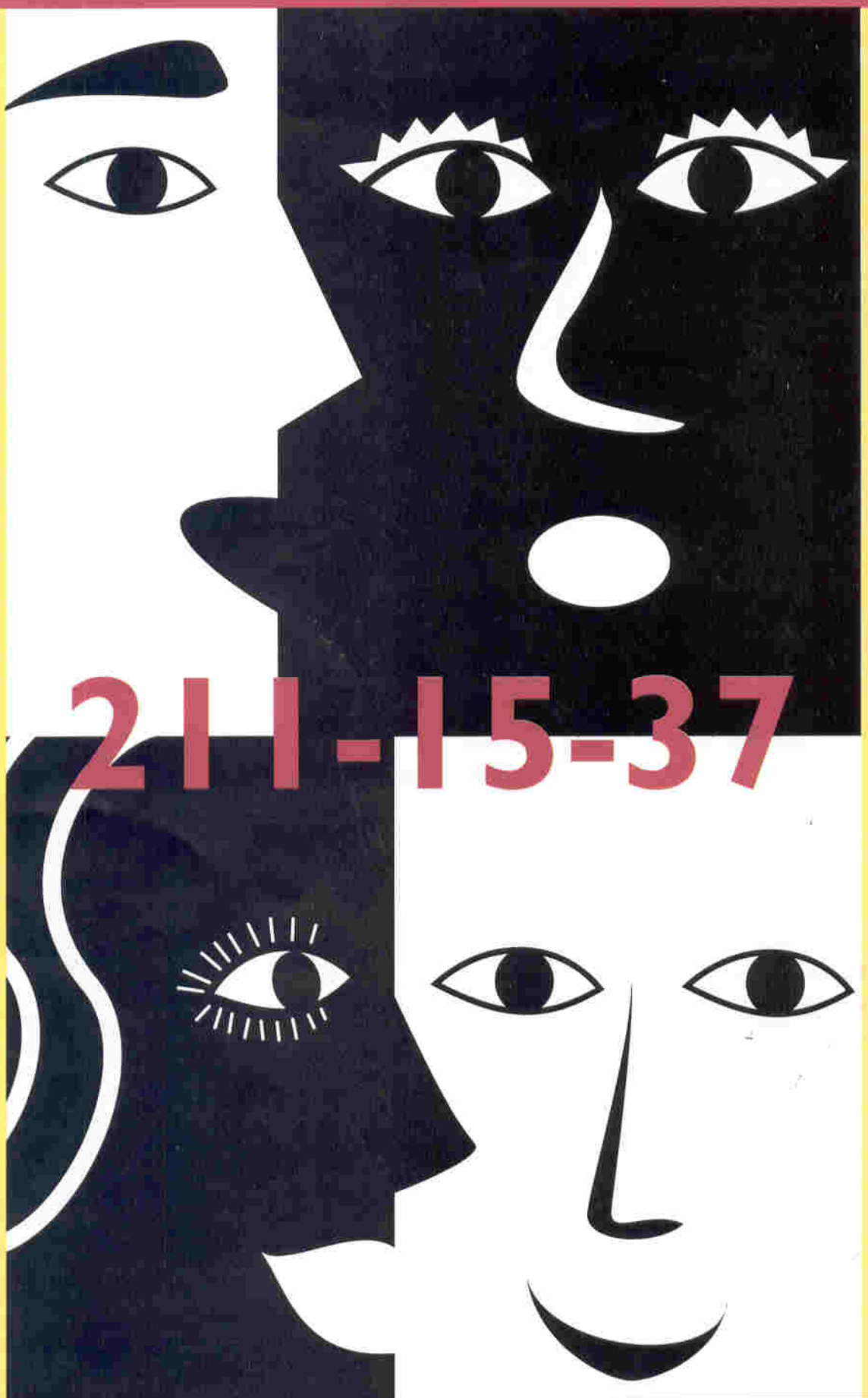
Del total de personas inconformes, el 62 por ciento mencionó que hicieron la compra motivados por el vendedor.

Las quejas sobre la calidad del producto y el incumplimiento en la fecha de entrega son de 12.1 por ciento, por entregas tardías, 11.7 por ciento y por problemas con los distribuidores de 4.5 por ciento.

Fax del consumidor: un nuevo servicio para usted

Si desea interponer una queja, señale el nombre y domicilio del reclamante, describa el motivo de la queja, relate brevemente los hechos e indique el nombre y domicilio del proveedor que aparezca en el comprobante o recibo que ampara la operación.

No se atenderán por esta vía las reclamaciones que se encuentren en proceso de solucionarse.



A través de este servicio usted podrá obtener información sobre bienes y servicios, quejas y denuncias, sugerencias y comentarios.

El fax del consumidor funciona las 24 horas del día, los 365 días del año.

Para responder a su llamado, proporcione su nombre completo, domicilio y número telefónico desde el cual transmite.

No lo olvide, el 211-15-37 es el nuevo número del consumidor y está a su servicio.

De Reyes Magos y Candelas

Terminó la Navidad y comienza un nuevo año lleno de planes y deseos por cumplir. Sin embargo, algo del espíritu navideño continúa en el ambiente anunciando la llegada del «Día de Reyes». Y tú ¿ya hiciste tu carta?... estamos seguros de que en este momento tu cartita ya está dentro de tu zapato o adornando el «nacimiento».

Pero, ¿alguna vez te has preguntado por qué celebramos este día con juguetes, regalos y una rica rosca de reyes? ¿No? Entonces déjame contarte que esta fecha también se conoce como «Epifanía», que quiere decir «manifestación» o «darse a conocer». Su origen está vinculado a la celebración del nacimiento y adoración del Niño Jesús, hace casi 2 mil años.

Para las comunidades cristianas este día se recuerda porque al nacer, el niño fue visitado por tres magos, quienes siguiendo una estrella lo encontraron en un pesebre y le entregaron los regalos que llevaban: oro, incienso y mirra.

Según la tradición, estos tres personajes representaban a los tres continentes que entonces se conocían (América todavía no era descubierta), así como las razas que existían en aquel tiempo. Por otra parte, se les conoce como «magos» porque en la antigüedad así se les llamaba a los sabios.

La rosca de reyes, la cual solemos compartir en la noche del 6 de enero, representa en la tradición cristiana la huida del niño Jesús y su familia a Egipto para esconderse del rey Herodes.

Su forma oval representa el tiempo que no tiene principio ni fin; los adornos de frutas secas y el azúcar simbolizan las alegrías y las tristezas que depara el nuevo año. El niño escondido entre la masa del pan nos recuerda que Jesús permaneció oculto, por eso quien encuentra la figura en su rebanada de rosca debe hacer una fiesta el 2 de febrero, día de La Candelaria, para celebrar su encuentro con la luz. Esta tradición mexicana ha logrado conservarse durante mucho tiempo y ahora ya conoces el significado de este día.

Te invito a preservar nuestras costumbres y a disfrutar del día de Reyes en compañía de tu familia, ¡recuerda que lo importante es convivir!

Maritza Solórzano

Calendario 1997

¡Para ser un buen consumidor!

Con la idea de que inicies este nuevo año con «el pie derecho» y te conviertas en un excelente consumidor, te presentamos nuestro Calendario 1997:

Enero

1 **Primer Día del Año:**
Empieza bien 1997 haciendo tu lista de buenos propósitos; incluye aquellos que harán de ti un buen consumidor y fija los plazos para cumplirlos.

6 **Día de Reyes:**
En esta fecha no sólo puedes pedirle juguetes a los «Reyes Magos», sino también reparar los que ya tienes para que sigas divirtiéndote con ellos muchos días más. No olvides que lo importante es el juego, no el juguete. ¡Ah!, cuida tus juguetes nuevos para que puedan durarte todo el año.

Febrero

5 **Aniversario de la Constitución de 1917:**
Recuerda que en este día conmemoramos la promulgación de nuestra Carta Magna, la cual reúne las leyes que rigen al país; conoce su contenido para hacer valer tus derechos como ciudadano.

14 **Día de la Amistad:**
En esta fecha suele difundirse mucha publicidad en la televisión y en los diarios, misma que te sugiere comprar obsequios a tus amigos. No olvides que no hay mejor regalo que la amistad: ¡Regala afecto, no lo compres!

24 **Día de la Bandera:**
Honra nuestro lábaro patrio y entérate cómo fue cambiando nuestra bandera con el paso de los años.

Abril

30 **Día del Niño:**
¡Felicidades! ¡Disfruta en grande tu día!

Marzo

15 **Día Mundial de los Derechos del Consumidor:**
Conoce tus derechos como consumidor para que puedas ejercerlos y ¡únete a esta celebración mundial siendo un buen pequeño consumidor!

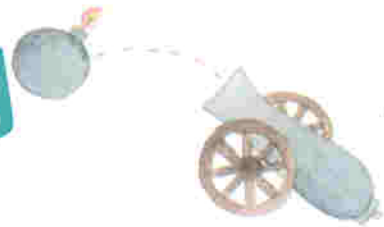
21 **Natalicio de Benito Juárez e inicio de la primavera:**
Te invitamos a leer la biografía de este personaje ilustre; investiga también cuáles son las sorpresas que en esta temporada del año nos tiene guardadas la naturaleza y en qué consiste el famoso «equinoccio» de primavera.

27 **Jueves Santo** **28** **Viernes Santo**

29 **Sábado de Gloria**

30 **Domingo de Pascua:**
Planea tus compras de alimentos para este periodo de «Cuaresma»; si sales de vacaciones no olvides que para disfrutar, primero hay que planear.

Mayo



1 Día del Trabajo:
Aprovecha este día de descanso para hacer lo que más te gusta.

5 Aniversario de la Batalla de Puebla:
Recuerda que en un día como hoy los franceses fueron derrotados en Puebla por un ejército mexicano al mando del general Ignacio Zaragoza.

10 Día de la Madre:
Regala a mamá un obsequio hecho con tus propias manos y demuéstrale tu cariño consintiéndola en esta fecha. Para amar no es necesario gastar.

15 Día del Maestro:
A tu maestro le agradará recibir una carta redactada por ti, en la que le demuestres tu afecto y agradecimiento.

Junio

5 Día Mundial del Medio Ambiente:
Haz algo en favor del ambiente en tu casa, escuela y demás lugares que visites.

15 Día del Padre:
Demuéstrale tu cariño a papá con un gran abrazo y un beso; recuerda que en esta fecha no es necesario gastar, basta con sentir mucho afecto y tener un poco de imaginación.

Julio

10 Fin de cursos:
Este día terminan las clases e inician las vacaciones. Aprovecha tu tiempo libre visitando museos, parques y disfrutando de los talleres que allí se imparten. Si sales de vacaciones, planéalas muy bien para que sean realmente inolvidables.

Agosto

Aprovecha los días que te restan de vacaciones para revisar tus útiles escolares del curso anterior. Recuerda que algunos de ellos te pueden servir nuevamente. Revisa también tu uniforme y pídeles a tus papás que compren únicamente lo que te falte de la «Lista oficial» publicada por la SEP.

28 Día del Anciano: Felicita a tus abuelos en su día.

Octubre

12 Aniversario del Descubrimiento de América:
Infórmate sobre qué productos dio México al mundo a partir del «encuentro de dos mundos».

Septiembre

16 Aniversario de la Independencia de México:
Conmemora esta fecha recordando a los héroes que nos dieron patria y libertad. ¡Disfruta nuestras tradiciones y fiestas patrias!

Noviembre

1 Día de Todos los Santos y 2 Día de Muertos:
Ayuda a tus papás a colocar la ofrenda tradicional mexicana; ¡consume nuestras tradiciones!

20 Aniversario de la Revolución Mexicana:
Pídele a tu maestra(o) que te relate el desarrollo de este acontecimiento histórico y que te enseñe algunos «corridos» mexicanos, ¡vas a conocer más sobre nuestra historia y te divertirás cantando! A partir de este mes es posible que tus papás reciban su aguinaldo; sugiéreles gastarlo sólo en cosas **indispensables**.

Durante este mes la **Revista del Consumidor** cumple un año más de vida; envíanos cartas y háznos saber tu opinión sobre tu sección «Los pequeños consumidores».

Diciembre

24 Nochebuena y 25 Navidad:
Regala a tus seres queridos cosas que realmente necesiten; de preferencia elabora los obsequios tú mismo. Pon en práctica tu creatividad haciendo tú los adornos navideños, ¡ahorrarás mucho dinero! ¡Ah!, recuerda ayudar a mamá a preparar la cena navideña con anticipación.

31 Fin de año:
Se ha consumido un año más. Reflexiona sobre lo que has hecho y propone mejorar.

Claudia Cerezo

Niña sinaloense nos felicita

Soy Diana Barrios López y me gusta que hagan secciones para niños, para que ellos aprendan a ahorrar como sus padres, pues así cuando estemos grandes sabremos comparar precios, calidad, etcétera.

Gracias a PROFECO los niños pueden comprar libros baratos y orientadores, no como otros, que no enseñan cosas malas pero tampoco buenas. Ustedes nos muestran libros que nos orientan en cosas como robo y drogadicción.

Gracias a ustedes la gente ha aprendido a ahorrar y a comprar productos que no cuestan mucho y son de muy buena calidad.

Creo que la **Revista del Consumidor** merece un agradecimiento no sólo por parte de los niños, sino también de los adultos, que aprenden a comparar y por eso yo les agradezco; no sé si soy la primera, pero se lo merecen.

Atentamente
Diana Barrios López
Revolución núm. 1043
Col. Centro
C. P. 81000
Guasave, Sinaloa

Estimada Diana:

Los que hacemos tu sección «Los pequeños consumidores» agradecemos mucho tu carta y con enorme gusto vemos que lo que estamos publicando ha despertado tu interés, y además te ha resultado de utilidad para saber comparar y comprar. Esperamos que nuestros demás pequeños lectores opinen lo mismo sobre esta sección.

A todos los niños los seguimos invitando a que nos escriban y nos hagan llegar sus comentarios, sugerencias de temas y experiencias que hayan tenido sobre el consumo a:

«Los pequeños consumidores»
Revista del Consumidor
Av. José Vasconcelos núm. 208-14° piso
Col. Condesa
C. P. 06140
México, D. F.

También puedes enviarnos tu carta por **fax** al número **553-05-74**. ¡Esperamos tus cartas!

Revista del Consumidor:

Les escribo para felicitarlos por su excelente trabajo de investigación e información oportuna y útil.

No tengo mucho tiempo de ser lectora suya, pero me ha encantado el contenido de las ediciones que he adquirido desde septiembre.

Por otro lado, también me animo a escribirles porque me gustaría que me proporcionaran información acerca del amaranto, ya que no pude adquirir el número en el que se incluyó un reportaje sobre este tema. También me agradaría leer información sobre una comida integral, pues estoy modificando mis hábitos alimenticios y pretendo elevar la calidad de los mismos. Y si no es mucha molestia, sugiero un reportaje en su revista relativo a la calidad de los aparatos para hacer ejercicio que hay en el mercado.

De antemano les agradezco su atención y, si les sirve, les tengo una sugerencia para el anticomercial del mes: acabo de ver en la T.V. el comercial de las papas **Ruffles**, en el que mediante animación presentan jugando baraja a una papa, un brócoli, un elote y una «ruffle». Al final, obviamente la partida la gana la «ruffle», dando a entender con ello que en cuestión de botanas es mejor la comida «chatarra» que las verduras.

Con un caluroso saludo, me despido desde Puebla.

Atentamente
Cynthia Galindo Espejel
Calle 47 Sur núm. 4718 Fracc.
Estrella del Sur
C. P. 72190
Puebla, Pue.

Srita. Galindo:

Recibimos con agrado sus comentarios y nos place saber que nuestro trabajo periodístico le ha resultado de utilidad. También le informamos que el artículo sobre el amaranto que nos solicita ya se lo enviamos directamente a su domicilio, acompañado de información respecto a la mejor forma de preparar y aprovechar una dieta integral completa.

Asimismo, a propósito del reportaje que nos sugiere, ya publicamos uno sobre el tema y otros que de alguna manera también se refieren al particular; este material también se lo estamos haciendo llegar.

Finalmente, también nos pareció de gran interés el «anticomercial» que nos propone, mismo que ya hemos enviado a la Coordinación de Radio y Televisión para que lo analicen y, en su caso, poder publicarlo.

Sugiere un "anticomercial"

Dudas sobre Procter & Gamble y Colgate-Palmolive

Revista del Consumidor:

Primeramente me gustaría felicitarlos por su revista y decirles que me da mucho gusto saber que día a día aumenta su tiraje.

El motivo de la presente es solicitarles información referente a la relación que existe entre la compañía **Colgate-Palmolive** y **Procter & Gamble**; es decir, quiero saber si son competidores o si hay alguna relación comercial entre las dos. De igual manera desearía que me informaran si han realizado algún estudio de calidad sobre pastas dentales, y de ser así, ¿qué posibilidad habría de que me enviaran dicha información?

De antemano agradezco sus atenciones y espero su pronta respuesta.

Atentamente
David Burgos Ruiz
Calle 25 núm. 462-52
Fracc. Jardines de Mérida
C. P. 97135
Mérida, Yucatán

Sr. Burgos Ruiz:

Le agradecemos sus comentarios sobre el quehacer informativo de nuestra publicación, y al mismo tiempo le aclaramos que **Procter & Gamble** y **Colgate-Palmolive** son dos corporaciones empresariales distintas; incluso, por la naturaleza de los productos que fabrican son competidoras, ya que muchos de los artículos que elaboran éstas van dirigidos a un mismo segmento de la población.

Procter & Gamble, por ejemplo, comercializa las marcas **Ariel, Bold 3, Salvo, Crest, Don Máximo, Maestro Limpio, Head & Shoulders, Pantene** y **Max Factor**, entre otras; por su parte, **Colgate-Palmolive** maneja las marcas **Viva, Axión, Ajax, Mennen, Caprice, Palmolive, Colgate, Suavitel, Vel Rosita, Stefano** y **Wildrot**, entre las más importantes.

Asimismo le informamos que por el momento no tenemos nada acerca de calidad de dentífricos, sin embargo, ya hemos hecho llegar a la Coordinación de Investigación de PROFECO su petición para que sea considerada en su calendario de investigaciones. Le sugerimos mantenerse atento a nuestras futuras ediciones.

Psicólogas ofrecen apoyo

Revista del Consumidor:

Por medio de la presente me dirijo a ustedes para expresarles mi admiración al contemplar la calidad de la información que aparece en su revista. Me es también grato constatar el profesionalismo con que se encara cada uno de los reportajes incluidos, así como los artículos especiales y/o adicionales. Les reitero que me agrada porque como profesionista, y ante todo como **consumidora**, su lectura me motiva a invertir en algo útil que multiplique los beneficios económicos (cuando puedo cubrir más necesidades básicas partiendo de la premisa del **ahorro**) y sociales (cuando mi actitud hacia la compra deja de ser instintiva para ser más racional), y de este modo obtener el bienestar familiar.

Al respecto me gustaría añadir que existe un beneficio más que atañe a la reconstrucción de la denominada **cultura de consumo**, la cual implica la formación consciente y voluntaria de hábitos que conformen una actitud acerca de cómo proteger la economía familiar, así como de preservar la salud física y mental.

Finalmente quiero manifestar el deseo de ser portavoz del grupo de psicólogos, quienes somos parte de la **Asociación Mexicana de Alternativas en Psicología**, para hacerles la más cordial invitación a considerar nuestra participación y contribuir en el crecimiento cuantitativo y cualitativo de su revista; específicamente, en lo relacionado con la psicología del ser humano en general y la del consumidor en particular.

De antemano les agradezco su atención, y su valoración a nuestras inquietudes, quedando explícita la espera de su respuesta inmediata, para lo cual anexo los datos personales de una servidora.

Atentamente
Roxana Aguilar Camacho
Psicóloga Terapeuta
Miembro activo de la Amapsi
Ricardo Bell núm. 68, depto. 2
Col. Ex-Hipódromo de Peralvillo
C. P. 06220
México, D. F.
Tel.: 583-86-79

Estimada srita. Aguilar:

Nos parecen muy interesantes los conceptos que expresa sobre nuestra revista y, en especial, en lo concerniente a la conformación de una cultura de consumo que beneficie la salud física y mental de la población.

Asimismo recibimos con agrado su ofrecimiento de participar como profesional del campo de la psicología en la orientación e investigación de temas relacionados con este asunto; pronto nos pondremos en contacto con usted para comentarle algunos reportajes sobre los cuales pueda darnos su opinión. Del mismo modo estamos seguros de que algunos de nuestros lectores también estarán interesados en acercarse a su asociación.

Estrella Blanca
Paquetería y Envíos
★ ★ ★ ★ ★

PROFECO utiliza los servicios de paquetería y envíos Estrella Blanca para distribuir en sus Delegaciones Federales la REVISTA DEL CONSUMIDOR

La **Revista del Consumidor** es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. Para suscripciones y ventas llamar al 611•7379, 611•7523 ó 598•6781. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la filosofía de la revista; se incluyen como parte de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y encuentro de corrientes de opinión. Esta publicación no autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.

Se autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.

Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, Registro núm. 015-1176. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los Talleres Gráficos de México, Canal del Norte 80, Col. Felipe Pescador, C.P. 06280 México, D F

¡ Si tienen tele ...! nos vemos en el programa

REVISTA del CONSUMIDOR

- Canal 2 Lunes 11:30 a 12:00
- Canal 22 Martes 00:00 a 00:30
- EDUSAT Martes 7:00 a 7:30
- Canal 4 Miércoles 00:00 a 00:30
- Canal 40 Miércoles 16:00 a 16:30
- Canal 11 Jueves 13:00 a 13:30
- Canal 13 Viernes 00:00 a 00:30

RADIO revista del Consumidor

Horarios del programa radiofónico

- X.E.V.O.Z./1590 La Bonita / Grupo ACIR Lunes 5:30-5:45
- X.H.M.-F.M./88.9 Azul 89 / ACIR Miércoles 22:30-22:45
- X.E.Q./940 La Q Mexicana / Radiópolis Jueves 22:30-22:45
- X.E.Q.-F.M./92.9 K-Buena / Radiópolis Viernes 18:30-18:45
- X.E.A.I./1500 Canal Tropical / Radio Fórmula Viernes 21:20-21:35
- X.E.F.A.J./1560 La Consentida / O.R.C. Sábado 21:30-21:45
- X.E.J.P.-F.M./93.7 Radio Joya / O.R.C. Domingo 17:30-17:45

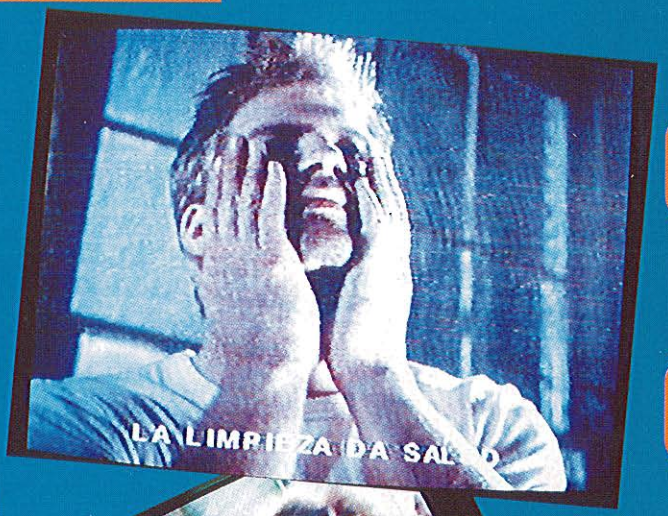
160 radiodifusoras en todo el país

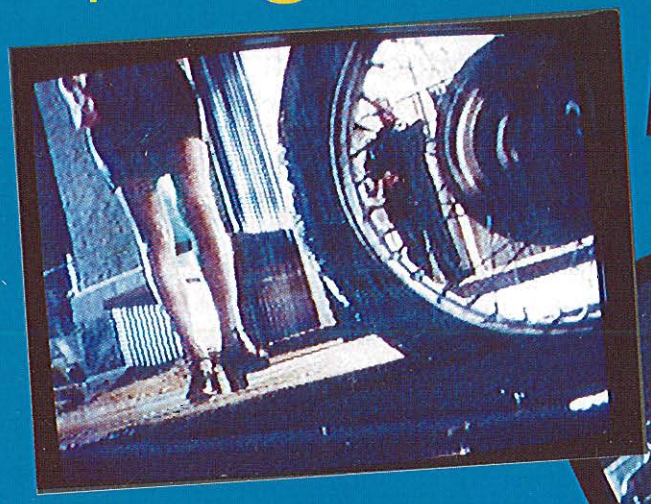
SERIE DE RADIO TODOS SOMOS CONSUMIDORES

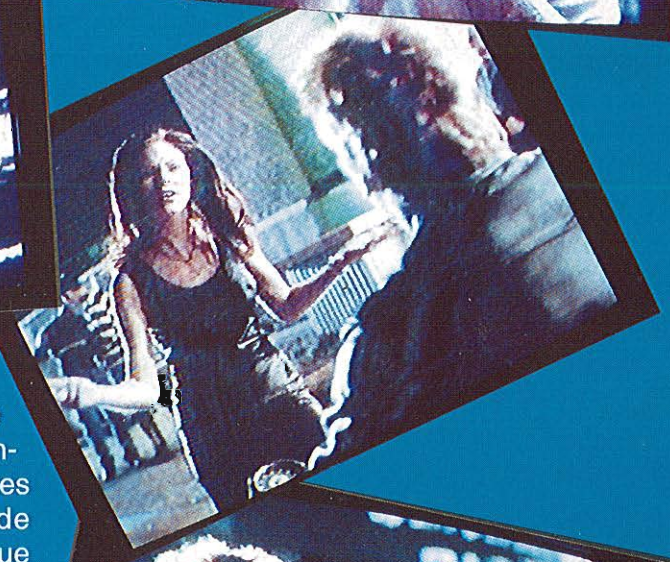
- XEBS RADIO SINFONOLA / 1410 A.M. Lunes 5:30 a.m.
- XEL RADIO ACIR / 1260 A.M. Lunes 5:45 a.m.
- XEDA RADIO 13 / 1290 A.M Lunes 7:40 p.m.
- XERC EL FONOGRAFO DEL RECUERDO / 790 A.M. Lunes 7:45 p.m.
- XESM RADIO CAÑON / 1470 A.M Lunes 8:17 p.m.
- XECO LA PODEROSA / 1380 A.M. Lunes 9:00 p.m.
- XEQR RADIO CENTRO / 1030 A.M. Martes 8:45 p.m.
- XEJP RADIO VARIEDADES / 1150 A.M. Domingos 21:00 p.m.

El anticomercial del mes

BRUT, ¿relaciones peligrosas?







Actualmente podemos comprobar que entre los publicistas existe una creciente preocupación por elevar y cuidar el contenido de sus mensajes, prueba de ello es la fundación del Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria, esfuerzo que merece nuestro reconocimiento.

El Código de Ética Publicitaria establece principios incuestionables, como el enunciado en su artículo 5º, que señala que la publicidad apelará preferentemente a actitudes o sentimientos positivos, y no deberá contener elementos que incidan o apoyen actos de violencia o de peligrosidad para el consumidor.

Sin embargo, *aún encontramos anuncios* televisivos que muestran conductas violentas y peligrosas, como el de la loción **Brut Active Blue**, que presenta a un hombre joven de apariencia descuidada quien, después de aplicarse la loción, sale por una ventana para encontrarse con una chica que lo está esperando.

Mientras la muchacha taconea impaciente, el hombre sube a una moto, conduce a gran velocidad, sin casco, zigzagueando peligrosamente entre los autos; llega a la cita y recibe los reclamos de la chica, mientras coquetea con otra que lo mira insistentemente. La joven del principio lo advierte, le da una bofetada y se va, en tanto que el hombre sube a su nueva «conquista» a la moto. Usted, ¿qué opina?

0 10722 90311 4

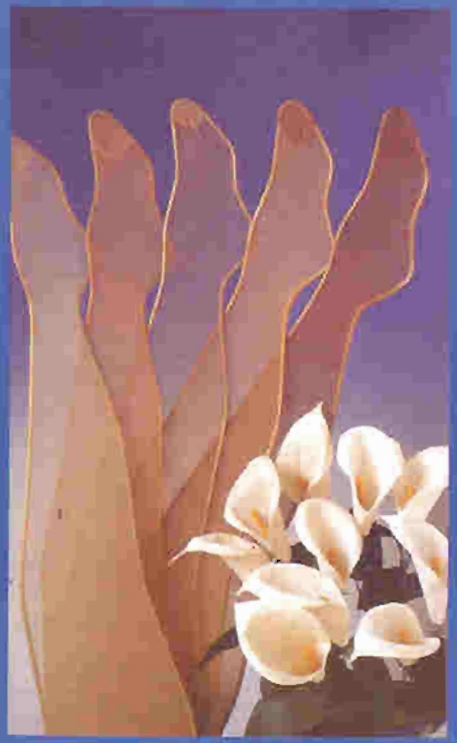
¡Las medias y las pantimedias

que sí se ajustan a la calidad!

Introducción

Las medias y las pantimedias tienen su origen, al parecer, en una tela tubular inventada por mujeres francesas del siglo III de nuestra era, quienes empezaron tejiendo una especie de tobilleras o calcetas que luego alargaron hasta unirlas a la ropa interior. Claro que aquellas damas nunca imaginaron que su revolucionario invento -creado para cubrir las piernas de los hombres- se convertiría muchos siglos después en una prenda de uso común entre las mujeres.

Actualmente las pantimedias se consideran más como un cosmético que como una prenda de vestir, y son adquiridas por millones de mujeres en todo el mundo, por lo que la variedad de modelos y presentaciones es tan grande que muchas veces constituye un verdadero problema elegir la más adecuada.



Con el propósito de orientar al consumidor mexicano sobre las características, calidad y precio de las medias y pantimedias que hoy se comercializan en nuestro mercado, el Laboratorio de Pruebas de Calidad de PROFECO realizó un estudio al respecto, cuyos resultados le presentamos enseguida.

¿Cómo se diseñó el estudio?

Las pantimedias y medias son productos textiles manufacturados en tejido de punto y constan de un par de perniles unidos a una pantaleta o calzón (en el caso de las pantimedias) y solamente un par de perniles en el caso de medias. Ambas prendas están confeccionadas con filamentos de *nylon* (poliamida), los cuales pueden estar mezclados con alguna fibra elastomérica (*likra*, *spandex*, elastano, etcétera).

Para los fines de esta investigación se consideraron pantimedias y medias de tejido liso en tallas chica, mediana, grande y extragrande, incluyendo las denominadas unitalla.

Las pantimedias y medias varían en su presentación de acuerdo con la fibra con la cual estén elaboradas, que puede ser *nylon* 100 por ciento o una combinación con fibras elastoméricas; por su tejido liso y por su confección, con punta reforzada y talonera, además de su color. En el presente estudio se incluyen pantimedias y

medias nacionales y de importación, así como las especiales que se usan por prescripción médica.

¿Qué pruebas se aplicaron?

El estudio se basó en la norma oficial mexicana NOM-004-SCFI-1993 "Información comercial - etiquetado de productos textiles, prendas de vestir y sus accesorios" y en la norma mexicana NMX-A-244 "Pantimedias - preferencias para la designación de tallas", así como en normas mexicanas de la serie "A", aplicables al producto. También fueron considerados algunos métodos de prueba de la Asociación Americana de Químicos y Coloristas Textiles (AATCC).

Con base en la normatividad mencionada, las inspecciones y pruebas de calidad aplicadas fueron las siguientes:

Información al consumidor: se verificó que el empaque ostentara en forma legible y en idioma español: nombre; denominación o razón social del fabricante, confeccionista nacional o importador, según sea el caso, así como su registro federal de contribuyentes; marca comercial; descripción de insumos; talla; instrucciones de cuidado; país de origen y descripción del producto cuando se comercialice en empaque cerrado que no permite ver el contenido.

Acabados: las medias y pantimedias deben tener una buena presentación y estar libres de defectos visibles, como: filamentos rotos o enmarañados, nudos, puntos abiertos, puntos cerrados, además de mostrar homogeneidad de color en la totalidad del producto.

Correspondencia dimensional: esta prueba se realizó con la ayuda de un "panel de usuarias" a quienes se les proporcionó un par de estas prendas del color y talla de su preferencia, sin que conocieran la marca, además de un cuestionario para recabar sus comentarios. Al cabo de dos puestas y una lavada, y tomando en cuenta las respuestas al cuestionario, se registraron sus opiniones en cuanto a comodidad y ajuste.

Apariencia: se determinó cuál es la preferencia en medias y pantimedias, tomando el color y la textura como indicadores. Esta evaluación se efectuó con la opinión de un "panel de consumidoras".

Resistencia al abolsamiento: se revisaron las deformaciones permanentes que pueden aparecer en las medias y pantimedias du-

Recomendaciones de conservación

Para conservar en buen estado sus pantimedias y medias siga estas sencillas instrucciones:

- Cuando se las quite, procure hacerlo con cuidado y sin jalarlas.
- Siga las instrucciones de lavado que se indican en el empaque; si el producto no incluyera esta información, remítase a las recomendaciones de lavado expuestas en el recuadro correspondiente. Nunca talle sus medias o *pantys*, sólo frótelas suavemente entre las manos. Tampoco utilice ningún tipo de blanqueador, ni detergentes, ya que pueden dañar este tipo de prendas. Al terminar de lavarlas no las exprima ni las exponga al sol; séquelas a la sombra, de preferencia sobre una toalla en una superficie plana; procure no colgarlas.
- Nunca planche sus medias o *pantys* porque se debilita la fibra con la cual están fabricadas y se deterioran.
- Una vez secas guárdelas dobladas.

Recomendaciones de compra

- Verifique que el empaque tenga impresa la tabla de medidas y pesos, talla, tipo y color.
- Seleccione la talla adecuada; para ello consulte la tabla impresa en el empaque.
- Recuerde que existen diferentes tipos de pantimedias (malla, lisa o con likra); elija la que más se apegue a sus gustos y necesidades.
- No adquiera pantimedias que vengan en un empaque maltratado o roto, ya que esto puede demeritar la calidad de la prenda.
- Prefiera las pantimedias en empaque y no a granel, pues éstas sufren un trato inadecuado que afecta negativamente y en gran medida su calidad.
- Si decide comprarlas a granel observe cuidadosamente que no tengan hilos rotos, motas o nudos.

rante su uso, principalmente en las rodillas; para la evaluación se recurrió a un "panel de usuarias" y un cuestionario.

Solidez del color al lavado: las medias y las pantimedias fueron sometidas simultáneamente a un lavado acelerado, acciones de abrasión, deslizamiento e impacto, en una solución con baja concentración de jabón y en presencia de bolas de acero en movimiento. Con este método se consiguió simular una pérdida de color y una acción equivalente a cinco lavadas.

Solidez del color al sudor: para realizar esta prueba primero se prepararon una solución ácida y otra alcalina; las muestras se humedecieron en las soluciones sintéticas, a las que previamente se les colocó un tejido adyacente, y se sometieron ambas a una presión mecánica determinada. Posteriormente se dejaron secar lentamente a una temperatura similar a la del cuerpo humano, y de esta manera se valoró la variación y la transferencia del color.

Solidez del color a la luz: las muestras se expusieron a radiaciones de una lámpara de arco "Xenón", que simula la luz solar y los efectos de decoloración a los que están expuestas las prendas de uso cotidiano. La evaluación se realizó comparativamente entre la muestra evaluada y una nueva.

Identificación de fibras: se dividió en dos procedimientos: solubilidad de las fibras, por medio de reactivos químicos; y microscopía, realizando cortes transversales y longitudinales para comprobar la naturaleza de las fibras. En esta prueba también se determinó el porcentaje de mezclas compuestas de poliamida y elastano mediante el método de relación de pesos.

Resistencia al reventamiento: se determinó la resistencia mecánica de los tejidos de punto.

Título del filamento: permite conocer el grosor del hilo utilizado en la confección de las medias y pantimedias.

Los resultados obtenidos por cada marca y tipo de medias y pantimedias se muestran en las siguientes tablas. Si usted requiere mayor información sobre este estudio lo invitamos a visitar nuestras oficinas ubicadas en Alemania núm. 14, colonia Parque San Andrés, Distrito Federal, o bien, llámenos al 559-23-03 ó 575-56-20, donde con gusto lo atenderemos.

Fuente: Coordinación General de Investigación, PROFECO.

Pantimedias de soporte con elevado ajuste y mínima transparencia (likra denier 70)

Marca Modelo	Características	Identificación y contenido de fibras		Infor. al consum.	Acabados	Correspon-dencia en tallas	Resistencia al abolsa-miento	Resis-tencia	Transpa-rencia (%)	Resistencia al decolo-ramiento	Precio ($)	Evaluación global de calidad
		Indicada	Verificada (pierna)									
Active No presenta México	Alto soporte, gran ajuste, instrucciones de cuidado	80% Nylon/ Poliamida 20% Likra/Elastano	78.21% Poliamida 21.79% Elastómero	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	22.50	**95**
Hanes Alive *805* México	Transparente, cómodo ajuste, medias para liguero, punta reforzada, instrucciones de cuidado, presenta tabla de tallas	68% Nylon 32% Spandex/ Elastano	67.44% Poliamida 32.56% Elastómero	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	37.50	**95**

Panty maternal medicinales

Marca Modelo	Características	Identificación y contenido de fibras		Infor. al consum.	Acabados	Correspon-dencia en tallas	Resistencia al abolsa-miento	Resis-tencia	Transpa-rencia (%)	Resistencia al decolo-ramiento	Precio ($)	Evaluación global de calidad
		Indicada	Verificada (pierna)									
Kendall *Suave compresión graduada* México	Proporciona presión adecuada en cada parte de las piernas, activa la circulación, recomendada para largos periodos de pie o sentada, embarazo o prevención de várices	80% Nylon 20% Elastómero	78.47% Poliamida 21.53% Elastómero	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	94.50	**85**
Kendall *Mediana compresión graduada* México	Proporciona presión adecuada en cada parte de las piernas, activa la circulación, recomendada para largos periodos de pie o sentada, embarazo o prevención de várices	80% Nylon 20% Elastómero	80% Poliamida 20% Elastómero	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	120.17	**83**

☺ Excelente ☺ Bien 😐 Regular ☹ Deficiente

Pantimedias medicinales

Marca Modelo	Características	Identificación y contenido de fibras		Infor. al consum.	Acabados	Correspon-dencia en tallas	Resistencia al abolsamiento	Resis-tencia	Transpa-rencia (%)	Resistencia al decolo-ramiento	Precio ($)	Evaluación global de calidad
		Indicada	Verificada (pierna)									
Preven-T *Suave compresión ajuste gradual* México	Recomendables para personas activas que por sus ocupaciones permanecen largos periodos de pie o sentadas, proporcionan ajuste gradual con soporte y confort	80% Nylon 20% Elastómero	79.33% Poliamida 20.67% Elastómero								57.90	**89**
Kendall *Suave compresión graduada* México	Ayudan a evitar las várices y el cansancio de las piernas, ofrecen transparencia, ajuste y gama de colores	80% Nylon 20% Elastómero	79.33% Poliamida 20.67% Elastómero								89.50	**85**
Kendall *Mediana compresión graduada* México	Ayuda a controlar las várices, ofrecen transparencia, ajuste y gama de colores	80% Nylon 20% Elastómero	79.40% Poliamida 20.60% Elastómero								97.50	**88**

Medias medicinales

Marca Modelo	Características	Identificación y contenido de Fibras		Infor. al consum.	Acabados	Correspon-dencia en tallas	Resistencia al abolsa-miento	Resis-tencia	Transpa-rencia (%)	Resistencia al decolo-ramiento	Precio ($)	Evaluación global de calidad
		Indicada	Verificada (pierna)									
Kendall *Mediana compresión graduada* México	Ayudan a controlar las várices, ofrecen transparencia, ajuste y gama de colores	80% Nylon 20% Elastómero	79.29% Poliamida 20.71% Elastómero								94.50	**92**
Kendall *Suave compresión graduada* México	Ayudan a evitar las várices y el cansancio de piernas, ofrecen transparencia, ajuste y gama de colores	80% Nylon 20% Elastómero	80% Nylon 20% Elastómero								79.35	**87**

Excelente Bien Regular Deficiente

Excelente Bien Regular Deficiente

Medias de elevado ajuste y fuerte soporte (likra denier 70)

Marca Modelo	Características	Identificación y contenido de fibras		Infor. al consum.	Acabados	Correspon-dencia en tallas	Resistencia al abolsa-miento	Resis-tencia	Transpa-rencia (%)	Resistencia al decolo-ramiento	Precio ($)	Evaluación global de calidad
		Indicada	Verificada (pierna)									
Active No presenta México	Pantimedia con likra de alto soporte y ajuste	85% Nylon/ Poliamida 15% Likra/ Elastano	83.27% Poliamida 16.73% Elastómero								22.50	**98**
Hanes Alive *805* México	Transparente, cómodo ajuste, medias para liguero, punta reforzada, instrucciones de cuidado, presenta tabla de tallas	68% Nylon 32% Spandex/ Elastano	67.44% Poliamida 32.56% Elastómero								37.50	**95**

Medias de ajuste y transparencia media (likra denier 20)

Marca Modelo	Características	Identificación y contenido de fibras		Infor. al consum.	Acabados	Correspon-dencia en tallas	Resistencia al abolsa-miento	Resis-tencia	Transpa-rencia (%)	Resistencia al decolo-ramiento	Precio ($)	Evaluación global de calidad
		Indicada	Verificada (pierna)									
Stefano Rozzo *828* México	Encaje de silicón con spandex elastano	86% Nylon 14% Likra	87% Poliamida 13% Elastómero								95.00	**95**
Golden Deluxe *12221* México	Con likra, elástico autoadherible de encaje	80% Nylon 20% Likra	82% Poliamida 18% Elastómero								22.00	**93**
Spanel Everyday *8320* México	Transparente, medias para liguero, instrucciones de cuidado, presenta tabla de tallas	86% Nylon 14% Spandex/ Elastano	87.84% Poliamida 12.16% Elastómero								29.90	**88**
Cristiana *Cristiana Plus* México	Con liga, suave transpa-rencia, punta desnuda, instrucciones de cuidado, no presenta tabla de tallas	79% Nylon 21% Likra	88.01% Poliamida 11.99% Elastano								62.00	**76**
Gabrielle *G-6020* México	Banda antiresbalante, punta desnuda, soporte ligero, instrucciones de cuidado, presenta tabla de tallas	78% Nylon 22% Likra	80% Poliamida 20% Elastómero								19.90	**72**

Pantimedias de ajuste ligero y elevada transparencia (likra denier 10)

Marca Modelo	Características	Identificación y contenido de fibras		Infor. al consum.	Acabados	Correspon-dencia en tallas	Resistencia al abolsa-miento	Resis-tencia	Transpa-rencia (%)	Resistencia al decolo-ramiento	Precio ($)	Evaluación global de calidad
		Indicada	Verificada (pierna)									
Paloma Picasso *1715* México	Pantimedia de puente con algodón y triángulo de refuerzo	87% Poliamida 13% Elastano	86.11% Poliamida 13.89% Elastómero	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	42.00	99
Selvi con likra *Est. 210* México	Costura plana con puente	78% Nylon 22% Elastano	80.35% Poliamida 19.65% Elastómero	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	38.00	92
Sisi *Colaire* Italia	Pantimedia transparente y rombo de algodón	83% Poliamida 15% Elastano 2% Algodón	81.99% Poliamida 18.01% Elastómero	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	39.00	92
Carla Conti *Ligerezza* México	Elástico interconstruido para mayor comodidad, diseño europeo	90% Nylon/ Poliamida 10% Likra/ Elastano	87.69% Poliamida 12.31% Elastómero	☺	☺	☺	☺	😐	☺	☺	17.90	91
Víctor Palmeiro *Mik* México	Pantimedia lisa con likra	85% Nylon 15% Likra	79.58% Poliamida 20.42% Elastómero	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	36.00	89
Janira *Inedit-12* España	Alta transparencia con likra 3D, doble cobertura, malla uniforme sin líneas visibles, elasticidad	83% Nylon 2% Algodón 15% Elastano	80% Poliamida 20% Elastómero	☹	☺	☺	☺	☺	☺	😐	49.90	69

Medias transparentes de nulo ajuste y elevada transparencia

Marca Modelo	Características	Identificación y contenido de fibras		Infor. al consum.	Acabados	Correspon-dencia en tallas	Resistencia al abolsa-miento	Resis-tencia	Transpa-rencia (%)	Resistencia al decolo-ramiento	Precio ($)	Evaluación global de calidad
		Indicada	Verificada (pierna)									
Shalimar *Super transparent* México	Supertransparente, con liga	96% Nylon/ Poliamida 4% Likra/Elastano	100% Poliamida	☺	☺	☺	☹	☺	☺	☺	3.50	84
Miss Puccini *Can-Can* México	Con liga, instrucciones de cuidado, transparente con liga incorporada	95% Nylon 5% Likra	100% Poliamida	☹	😐	😐	☺	☺	☺	😐	4.90	65

Pantimedias transparentes de nulo ajuste y elevada transparencia

Marca Modelo	Características	Identificación y contenido de fibras		Infor. al consum.	Acabados	Correspon-dencia en tallas	Resistencia al abolsa-miento	Resis-tencia	Transpa-rencia (%)	Resistencia al decolo-ramiento	Precio ($)	Evaluación global de calidad
		Indicada	Verificada (pierna)									
Golden *1117* México	Pantimedia transparente	97% Nylon 3% Spandex 100% Nylon (Pierna)	100% Poliamida	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	8.50	**94**
Cameo *Super transparente* México	Con puente y punta reforzada, transparente	98% Nylon 2% Elastano 100% Nylon (Pierna)	100% Poliamida	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	7.00	**90**
Shalimar *Super transparente* México	Pantimedia trans-parente, apariencia natural	98% Nylon 2% Elastano 100% Nylon (Pierna)	100% Poliamida	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	5.00	**90**
Dorian Grey *Daling* México	Pantimedia transparente, tejido liso, punta reforzada con puente de refuerzo	94% Nylon 6% Likra 100% Nylon (Pierna)	100% Poliamida	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	10.90	**90**
Cristiana *Plus super transparente* México	Pantimedia transparente	98% Nylon 2% Likra 100% Nylon (Pierna)	100% Poliamida	☺	☺	☺	☺	😐	☺	☺	38.00	**82**
Pinky *Super transparente* México	Pantimedia super-transparente	95% Nylon 5% Likra 100% Nylon (Pierna)	100% Poliamida	☺	☺	☺	☺	😐	☺	☺	9.90	**81**
Orquídea *Super transparente* México	Lisa, garantía absoluta,presenta dibujos de como usarlas	100% Nylon	100% Poliamida	☹	☺	☺	☺	☺	☺	☺	10.50	**79**

☺ Excelente ☺ Bien 😐 Regular ☹ Deficiente

Pantimedias nylon stretch de mínimo ajuste y elevada transparencia

Marca / Modelo	Características	Identificación y contenido de fibras		Infor. al consum.	Acabados	Correspon-dencia en tallas	Resistencia al abolsa-miento	Resis-tencia	Transpa-rencia (%)	Resistencia al decolo-ramiento	Precio ($)	Evaluación global de calidad
		Indicada	Verificada (pierna)									
Cameo *Maternal* México	Pantimedia con puente abdominal y punta reforzada	98% Nylon 2% Elastano 100% Nylon (Pierna)	100% Poliamida								9.90	**96**
Dorian Grey *Stretch* México	Pantimedia tipo stretch, punta reforzada, ajustable a las piernas	98% Nylon 2% Likra 100% Nylon (Pierna)	100% Poliamida								6.90	**93**
Sublime *Super transparente* México	Transparente	98% Nylon 2% Likra 100% Nylon (Pierna)	100% Poliamida								10.90	**92**
Shalimar *Ajustable* México	Pantimedia ajustable	98% Nylon 2% Elastano 100% Nylon (Pierna)	100% Poliamida								7.90	**88**
Cameo *Ajustable* México	Pantimedia ajustable	98% Nylon 2% Elastano 100% Nylon (Pierna)	100% Poliamida								9.90	**87**
Marca Propia Comercial Mexicana *Super transparente*	Pantimedia transparente	98% Nylon 2% Likra 100% Nylon (Pierna)	100% Poliamida								5.25	**83**
Miss Puccini *Panty Stretch* México	Nylon 6.6	95% Nylon 5% Elastano 100% Nylon (Pierna)	100% Poliamida								5.90	**76**
Tribiza *Lisa Stretch* México	Pantimedia stretch lisa	98% Nylon 2% Elastano 100% Nylon (Pierna)	100% Poliamida								12.90	**71**

Excelente Bien Regular Deficiente

Pantimedias de elevado ajuste, resistencia y transparencia media (likra denier 40)

Marca Modelo	Características	Identificación y contenido de fibras		Infor. al consum.	Acabados	Correspon-dencia en tallas	Resistencia al abolsa-miento	Resis-tencia	Transpa-rencia (%)	Resistencia al decolo-ramiento	Precio ($)	Evaluación global de calidad
		Indicada	Verificada (pierna)									
Stefano Rozzo *Confort 334* México	Pantimedia con elastano	Panty 18% Likra 82% Poliamida Pierna 16% Likra 84% Poliamida	83% Poliamida 17% Elastómero								45.00	97
Sisi *Confortelle 40* Italia	Panty con likra y rombo de algodón	88% Poliamida 10% Elastano 2% Algodón	90.71% Poliamida 9.29% Elastómero								99.00	96
Attitude De Víctor De Vito *Soft 1300* México	Pantimedia transparente	82% Nylon 18% Elastano	81% Poliamida 19% Elastómero								43.00	93
Foreva *Sensación* México	Parche de algodón, punta reforzada	83% Nylon 17% Elastano	70.96% Poliamida 29.04% Elastómero								22.90	89
Foreva *Panticolor* México	Parche de algodón, punta reforzada	83% Nylon 17% Elastano	82.36% Poliamida 17.64% Elastómero								39.90	88
Selvi con likra *Est. 241* México	Costura plana con puente	78% Nylon 22% Elastano	80.17% Poliamida 19.83% Elastómero								39.90	85
Spanel *Support 53340* México	Transparente, puente con algodón, incluye tabla de tallas	Panty 82% Nylon 18% Elastano Pierna 84% Nylon 16% Elastano Puente de Algodón	83.37% Poliamida 16.63% Elastómero								20.90	85
Foreva *Plus* México	Parche de algodón, punta reforzada	82% Nylon 18% Elastano	77.37% Poliamida 22.63% Elastómero								23.90	84
Selvi con likra *Est. 240* México	Costura plana con puente	78% Nylon 22% Elastano	82.38% Poliamida 17.62% Elastómero								39.90	83

Pantimedias de ajuste, resistencia y transparencia media (likra denier 20)

Marca Modelo	Características	Identificación y contenido de fibras		Infor. al consum.	Acabados	Correspon-dencia en tallas	Resistencia al abolsa-miento	Resis-tencia	Transpa-rencia (%)	Resistencia al decolo-ramiento	Precio ($)	Evaluación global de calidad
		Indicada	Verificada (pierna)									
Figuresse *2720* / México	Pantimedia transparente, punta semireforzada	87% Nylon 13% Elastano	85% Poliamida 15% Elastómero								29.00	100
Instincts *300* / México	Pantimedia transparente con likra	86% Nylon 14% Likra	86% Poliamida 14% Elastómero								21.00	99
Pertegaz *H-921* México	Pantimedia transparente	Panty 86-14% Nylon-Likra Pierna 84-16% Nylon-Likra	84% Poliamida 16% Elastómero								23.00	99
Florence *320* / México	Pantimedia con likra, costura plana con puente	88% Poliamida 12% Likra	87.14% Poliamida 12.86% Elastómero								18.00	99
Golden *1260* / México	Pantimedia con likra, tejido liso, tacto suave	90% Nylon 10% Likra	89.53% Poliamida 10.47% Elastómero								10.50	99
Liverpool *L320* México	Pantimedia ajustable transparente	Panty 92%-8% Nylon-Likra Pierna90%-10% Nylon-Likra	90% Polimida 10% Elastómero								19.50	99
Angela Pal *2020* / México	Pantimedia desnuda supertransparente	87% Nylon 13% Likra	84% Poliamida 16% Elastómero								29.00	97
Stefano Rozzo *231* / México	Pantimedia regular transparente	86% Nylon 14% Likra	84% Poliamida 16% Elastómero								25.00	97
Golden *1220* / México	Pantimedia ultratransparente con likra	80% Nylon 20% Likra	77.99% Poliamida 22.01% Elastómero								9.90	95
Dorian Grey con likra México	Transparente	89% Nylon 11% Elastano	85.90% Poliamida 14.1% Elastómero								17.50	95
Stanley Blacker *91225* / México	Pantimedia con likra exclusivo «banizada»	85% Nylon 15% Likra	70.83% Poliamida 29.17% Elastómero								27.00	95
Florence *315* / México	Elástico ancho, puente rombo y pierna grande	88% Poliamida 12% Elastano	87.39% Poliamida 12.61% Elastómero								20.00	93

Pantimedias de ajuste, resistencia y transparencia media (likra denier 20)

Marca Modelo	Características	Identificación y contenido de fibras		Infor. al consum.	Acabados	Correspon-dencia en tallas	Resistencia al abolsa-miento	Resis-tencia	Transpa-rencia %	Resistencia al decolo-ramiento	Precio $	Evaluación global de calidad
		Indicada	Verificada (pierna)									
Diam's *1121* / Francia	Pantimedia satinada	85% Nylon 15% Elastano	85.10% Poliamida 14.90% Elastómero								42.00	**92**
Foreva *Light* México	Pantimedia control abdominal y transparencia, parche de algodón, punta reforzada	88% Nylon 12% Elastano	85.39% Poliamida 14.61% Elastómero								22.90	**91**
Stanley Blacker *91210* / México	Pantimedia con likra transparente, con puente y punta reforzada	80% Nylon 20% Likra	85.37% Poliamida 14.63% Elastómero								18.00	**90**
Cameo *Vanizada* México	Pantimedia transparente con textura satinada,con puente y punta reforzados	92% Nylon 8% Elastano	89.05% Poliamida 10.95% Elastómero								9.90	**90**
Carla Conti *Silk* / México	Puente de algodón, punta reforzada	89% Nylon 11% Elastano	86.29% Poliamida 13.71% Elastómero								34.50	**90**
Dorian Grey *Ultra's* México	Pantimedia con expansión de refuerzo y punta reforzada	87% Nylon 13% Elastano	87.74% Poliamida 12.26% Elastómero								31.00	**90**
Resilience Style *003-C-D* E. U.	Pantimedia transparente con punta semireforzada	Panty 84% Polia-mida 16% Likra Pierna 85-15% Nylon-Likra	80.42% Poliamida 19.58% Elastómero								49.00	**88**
Carla Conti *Sofisticada* México	Parche de algodón, transparente, punta semireforzada	89% Nylon 11% Elastano	86.58% Poliamida 13.42% Elastómero								24.50	**88**
Shalimar con likra / México	Pantimedia con likra	93% Nylon 7% Likra	90.50% Poliamida 9.50% Elastómero								7.90	**86**
Dorian Grey *Maternal* México	Pantimedia con likra, soporte flexible	87% Nylon 13% Elastano	86.28% Poliamida 13.72% Elastómero								19.50	**86**
Dorian Grey *Divine* México	Pantimedia con likra, punta semireforzada con puente de refuerzo	88% Nylon 12% Elastano	84.68% Poliamida 15.32% Elastómero								22.90	**84**

Pantimedias de ajuste, resistencia y transparencia media (likra denier 20)

Marca Modelo	Características	Identificación y contenido de fibras		Infor. al consum.	Acabados	Correspon-dencia en tallas	Resistencia al abolsa-miento	Resis-tencia	Transpa-rencia (%)	Resistencia al decolo-ramiento	Precio ($)	Evaluación global de calidad
		Indicada	Verificada (pierna)									
Spanel Every Day *1420* México	Transparente, puente con algodón, incluye tabla de tallas	Panty 86% Nylon 14% Elastano Pierna 86% Nylon 14% Elastano	86.02% Poliamida 13.98% Elastómero								16.90	**83**
Sublime con likra, so-porte ligero México	Soporte ligero	82% Nylon 18% Elastano	84.25% Poliamida 15.75% Elastómero								28.00	**83**
Cameo *Plus* / México	Pantimedia transparente	93% Nylon 7% Likra	91.08% Poliamida 8.92% Elastómero								13.50	**83**
Janira *Silky* / España	Con reflejos , transparente hasta la cintura, sin talón	87% Nylon 13% Elastano	85.60% Poliamida 74.40% Elastómero								14.50	**83**
Spanel Every Day *1320* México	Puente con algodón, incluye tabla de tallas	Panty 86% Nylon 14% Elastano Pierna86% Nylon 14% Elastano	88.77% Poliamida 11.23% Elastómero								20.90	**83**
Hanes Silk Reflections *716* México	Punta reforzada, incluye tabla de tallas y puente	Panty87% Nylon 13% Elastano Pierna85% Nylon 15% Elastano Puente 55% Algo-dón 45% Nylon	83.33% Poliamida 16.67% Elastómero								28.50	**82**
Hanes Her Way *9320* México	Ajustable, transparente, incluye tabla de tallas, puente con algodón	Panty 92% Nylon 8% Elastano Pierna 90% Nylon 10% Elastano Puente de algodón	88.65% Poliamida 11.35% Elastómero								16.50	**82**
Hanes Her Way *2315* México	Ultratransparente, puente con algodón, incluye tabla de tallas	Panty 88% Nylon 12% Elastano Pierna 88% Nylon 12% Elastano Puente de algodón	86.43% Poliamida 13.57% Elastómero								16.50	**82**

Excelente Bien Regular Deficiente

Pantimedias de ajuste, resistencia y transparencia media (likra denier 20)

Marca Modelo	Características	Identificación y contenido de fibras		Infor. al consum.	Acabados	Correspon-dencia en tallas	Resistencia al abolsa-miento	Resis-tencia	Transpa-rencia (%)	Resistencia al decolo-ramiento	Precio ($)	Evaluación global de calidad
		Indicada	Verificada (pierna)									
Round the clock *64* / E. U.	Sin demarcación, transparente, sin talón	87% Nylon 13% Elastano	88.14% Poliamida 11.86% Elastómero								32.90	81
Janira Strits *15* / España	Likra 15 denier, sin talón, tranparente hasta la cintura	86% Nylon 14% Elastano	85.20% Poliamida 14.80% Elastómero								43.15	81
Diez Estrellas *Girardi* / Mex.	Con likra control, *top satin touch*	65% Nylon 32% Elastano 3% Algodon	69% Poliamida 31% Elastómero								9.90	80
Miss Kent super transp. México	Transparente	78% Nylon 22% Likra	72.25% Poliamida 24.75% Elastómero								23.40	80
Clásicos Suburbia *7140* México	Pantimedia transparente	Panty 97% Nylon 3% Elastano Pierna 88% Nylon 12% Elastano	85.5% Poliamida 14.5% Elastómero								12.50	80
Round the clock *61* / E. U.	Panty estilo tanga, likra transparente, sin talón	84% Nylon 16% Elastano	83.86% Poliamida 16.14% Elastómero								23.70	79
Sex Appeal Likra Transparente México	Likra transparente	88% Nylon 12% Elastano	86.37% Poliamida 13.63% Elastómero								21.10	79
Diez Estrellas N/P / México	Pantimedia transparente con likra	88% Nylon 12% Elastano	89.07% Poliamida 10.93% Elastómero								6.90	79
Cristiana *Cristiana Light* Transparente México	Pantimedia suave, trans-parente, punta desnuda, soporte ligero	84% Nylon 16% Elastano	85.41% Poliamida 14.59% Elastómero								82.00	79
Cristiana *Cristiana Plus* Transparente México	Pantimedia suave, transparente, punta desnuda, puente con algodón	79% Nylon 21% Elastano	80% Poliamida 20% Elastómero								88.00	79

Pantimedias de ajuste, resistencia y transparencia media (likra denier 20)

Marca Modelo	Características	Identificación y contenido de fibras		Infor. al consum.	Acabados	Correspon-dencia en tallas	Resistencia al abolsa-miento	Resis-tencia	Transpa-rencia (%)	Resistencia al decolo-ramiento	Precio ($)	Evaluación global de calidad
		Indicada	Verificada (pierna)									
Spanel Everyday *3320* / México	Transparente, puente con algodón, incluye tabla de tallas	84% Nylon 16% Elastano	86.56% Poliamida 13.44% Elastómero								29.90	**79**
Round the clock *86* E. U.	Sin talón, control abdominal	Panty 88% Nylon 12% Elastano Leg 89% Nylon 11% Elastano	86.50% Poliamida 13.50% Elastómero								32.50	**78**
Prestigio Satin. Transp. Light. / México	Transparente	86% Nylon 14% Elastano	81% Poliamida 19% Elastómero								21.10	**78**
Hanes Her Way *9420* / México	Satinada transparente, puente con algodón, incluye tabla de datos	Panty 92% Nylon 8% Elastano Pierna 90% Nylon 10% Elastano Puente De Algodon	83.04% Poliamida 16.96% Elastómero								16.90	**78**
Vinns Likra Transp. México	Puente anatómico, compresión ligera, con likra	78% Nylon 22% Elastano	78.31% Poliamida 21.69% Elastómero								8.50	**78**
Selvi con Likra Est. *220* México	Costura plana con puente	78% Nylon 22% Elastano	71.62% Poliamida 28.38% Elastómero								43.00	**77**
Pinky con Likra / México	Puente con algodón, hormada	77% Nylon 23% Elastano	80.00% Poliamida 20.00% Elastómero								8.90	**76**
Patce Super-Transp. / Mex.	Panty transparente	80% Nylon 18% Likra 2% Algodon	84.47% Poliamida 15.53% Elastómero								8.40	**75**
Janira Panty Extra Silky / España	Panty con reflejos, sin talón	89% Nylon 11% Elastano	84.35% Poliamida 15.65% Elastómero								39.70	**75**
Valery *Ejecutiva* Super transparente	Con likra, transparente	78% Nylon 22% Likra	74.23% Poliamida 25.77% Elastómero								19.30	**72**

Pantimedias de ajuste, resistencia y transparencia media (likra denier 20)

Marca Modelo	Características	Identificación y contenido de fibras		Infor. al consum.	Acabados	Correspon-dencia en tallas	Resistencia al abolsa-miento	Resis-tencia	Transpa-rencia (%)	Resistencia al decolo-ramiento	Precio ($)	Evaluación global de calidad
		Indicada	Verificada (pierna)									
Mia *Support 940* México	Pantimedia transparente	78% Nylon 22% Elastano	82.70% Poliamida 17.30% Elastómero	☹	☺	☺	☺	☺	☺	😐	22.50	**72**
Mia *Sheer* / México	Pantimedia transparente	86% Nylon 14% Elastano	87.93% Poliamida 12.07% Elastómero	☹	☺	☺	☺	😐	☺	😐	19.50	**71**
Mia *Silk* / México	Pantimedia transparente	85% Nylon 15% Elastano	82.70% Poliamida 17.30% Elastómero	☹	☺	☺	☺	😐	☺	😐	24.50	**70**
Marca Propia Com. Mex. México	Pantimedia transparente	88% Nylon 12% Elastano	80.47% Poliamida 19.53% Elastómero	☺	☺	☺	☺	😐	☺	😐	5.95	**68**

☺ Excelente

☺ Bien

😐 Regular

☹ Deficiente

Procedimiento para calzarse y quitarse las medias adecuadamente

- Primero siéntese y sostenga la pantimedia con ambas manos, enrollándola como si la fuera a voltear, hasta llegar a la punta. Introduzca un pie, jale la pantimedia hasta el tobillo hasta que ésta quede completamente estirada. Repita la operación con el otro pie.
- Suba la pantimedia a las rodillas alternando los movimientos de las piernas derecha e izquierda hasta que la prenda quede completamente estirada.
- Deslice la pantimedia ajustando el contorno de la pierna, asegurándose de que el tiro quede en su lugar.
- Suba el *panty* en forma pareja, jalando también por la parte de atrás para que el ajuste y la comodidad sean mayores.
- Jale la punta de la pantimedia moviendo los dedos de los pies y vuelva a soltarla para asegurar un ajuste perfecto.
- Cuando se quite las pantimedias observe los mismos pasos que en su colocación. Utilice la yema de los dedos y no use pulseras ni anillos cuando se coloque o se quite las pantimedias.

Recomendaciones de lavado

- Para evitar que las medias y el fondo se peguen, frótelas con una hoja especial para suavizar telas, o bien, al lavarlas déles el último enjuague con agua y un poco de suavizante líquido.
- No lave sus pantimedias en la lavadora o el lavadero, pues en cualquiera de los dos casos éstas pueden maltratarse o jalarse los hilos.
- Una manera fácil de lavar sus medias y pantimedias en forma muy rápida es utilizar un frasco con capacidad de medio litro aproximadamente: vierta agua hasta ocupar tres cuartas partes de la capacidad del recipiente, añada dos cucharadas de jabón líquido neutro, posteriormente introduzca las pantimedias y tápelo perfectamente. Agite el frasco moderadamente durante tres o cuatro minutos, saque las prendas, enjuáguelas y déjelas secar. Esta solución jabonosa puede servirle para lavar hasta tres pares de pantimedias.